



FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA

ANEXO I

Curso	2011 / 2012

MASTER UNIVERSITARIO

PORTADA

EN: Patrimonio Artístico Andaluz y su Proyección Iberoamericana.

Título: ¿Son importantes los textos expositivos?
Análisis de textos en museos y conjuntos arqueológicos andaluces.

Nombre del Alumno: Isabel Acosta Cabronero

Tutor: Dr. D. Ramón Corzo Sánchez

**MÁSTER EN PATRIMONIO ARTÍSTICO ANDALUZ
Y SU PROYECCIÓN IBEROAMERICANA**

TRABAJO FIN DE MÁSTER

¿Son importantes los textos expositivos?

**Análisis de textos en museos y conjuntos
arqueológicos andaluces**

Alumna:

Isabel Acosta Cabronero

Director de la investigación:

Dr. D. Ramón Corzo Sánchez

Sevilla, junio de 2012

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Página
1. RESUMEN	3
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	5
3. DESARROLLO DE LOS CONTENIDOS	14
3.1. ¿Qué importancia tienen los textos expositivos?	14
3.2. Pautas de elaboración de textos expositivos	20
3.3. Fichas de análisis de los museos y conjuntos arqueológicos	59
3.3.1. Museo de Almería	60
3.3.2. Conjunto arqueológico de Baelo Claudia	77
3.3.3. Conjunto arqueológico de Madinat al-Zahra	95
3.3.4. Museo arqueológico de Úbeda	113
3.3.5. Conjunto arqueológico de Carmona	128
3.3.6. Conjunto arqueológico de Itálica	143
4. CONCLUSIONES	157
5. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES EMPLEADAS	170

1.RESUMEN

Numerosos expertos en el ámbito de los museos han trabajado concienzudamente para alcanzar estándares universales y llevar a cabo con sus colecciones una buena práctica museológica y museográfica. Existen pautas que indican cuales son las condiciones de iluminación, temperatura y humedad relativa específicas para cada tipo de piezas y son sobradamente conocidas las guías sobre cómo elaborar un recorrido o cómo exponer las piezas para favorecer su visualización. Sin embargo, ¿por qué no se ha llegado a un acuerdo común para decidir cuál es la mejor forma de escribir los textos de una exposición? A pesar de la falta de convenio, está claro que existen pequeños pero múltiples detalles que pueden formar una barrera entre el visitante y el contenido del museo y, para combatirlo, es vital estudiar los factores que pueden favorecer y facilitar la lectura de los textos dentro de una exposición.

Los museos y conjuntos arqueológicos andaluces cuentan con una formidable colección compuesta por diversos vestigios de las grandes civilizaciones que habitaron en nuestro territorio. No obstante, no son muchos ciudadanos los que los visitan, y según estiman los estudios de público realizados, existe una escasa disposición del visitante a leer los textos expositivos, y mucho menos cuando son muy extensos y farragosos.

Conocedora de esta situación, quise aprovechar la oportunidad del Trabajo Fin de Máster, para revisar los estudios realizados sobre textos expositivos y afianzar conocimientos previos de forma científica y analítica.

Mi trabajo se estructura en tres fases. En primer lugar mi labor consistió en seleccionar los aspectos fundamentales que, según los expertos, hay que tener presentes, ya que afectan considerablemente a los visitantes a la hora de enfrentarse a los textos de una exposición. Esta selección queda simplificada en los siguientes puntos: localización del texto expositivo, jerarquía gráfica, cantidad de texto, formato de texto, maquetación de panel gráfico, visibilidad, accesibilidad, estado de conservación, jerarquía de información, legibilidad, léxico empleado, técnicas de estimulación lectora, relación con lo expuesto y guía de estilo. En segundo lugar, me ocupé de compendiar y sintetizar las pautas principales recomendadas por los especialistas en la materia, para desarrollar un decálogo sobre la elaboración de textos expositivos. Y finalmente mi tarea se centró en analizar los textos de algunos museos y conjuntos arqueológicos administrados por la Junta de Andalucía comparando con las directrices anteriormente recogidas.

Este trabajo pretende abrir nuevas fronteras, ofreciendo un amplio y práctico *corpus* de recomendaciones a modo de guía de estilo para textos museísticos. Este interdisciplinar estudio compila una selección de artículos y publicaciones de profesionales que tratan el tema desde diversos enfoques académicos como son el diseño, la psicología y las ciencias de la educación.

Debido a mi experiencia laboral como documentalista y redactora de textos expositivos en el sector privado, así como haber cursado tanto el Máster en Patrimonio Artístico Andaluz y su Proyección Iberoamericana, como el Taller de Redacción de Textos Expositivos de la Asociación Española de Museólogos, me ha permitido abordar desde una óptica especializada el tema que nos ocupa.

En ocasiones los textos para una exposición quedan relegados al último lugar en el proceso creativo de una exhibición. Se realizan con prisas y tienen que amoldarse al diseño previo planteado, que a veces enmascara el mensaje por su espectacularidad o estética en general. Por tanto, los interesados en la comunicación del mensaje científico en una exposición, directores de museos, conservadores, asesores científicos y documentalistas, junto con diseñadores de exposiciones, deben trabajar conjuntamente para evitar esta competencia entre contenido y diseño.

Por tanto, el propósito de este trabajo es el de facilitar las tomas de decisiones necesarias durante el proceso de desarrollo de textos expositivos para alcanzar una máxima legibilidad y comprensibilidad de los contenidos.

2.OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1.Objetivos

El objetivo general de este trabajo es el interés personal de completar y afianzar académicamente conocimientos previos adquiridos en el trabajo como documentalista en el ámbito de la ejecución de museos y exposiciones.

Los objetivos específicos que me han guiado para su desarrollo han sido los siguientes:

- Demostrar la importancia que tienen los textos en un museo considerándolos como una herramienta fundamental para el acercamiento al público de las colecciones permanentes y exposiciones temporales, así como para su adecuada comprensión en su contexto histórico.
- Recopilar y sistematizar analíticamente las pautas y recomendaciones, que han sido elaboradas y publicadas por profesionales multidisciplinares, con el propósito de conseguir exposiciones más efectivas en el ámbito de la comunicación de los contenidos.
- Investigar y analizar *in situ*, siguiendo una serie de criterios previamente establecidos del estado actual de los textos expositivos en instituciones culturales custodiadas por la Junta de Andalucía.

2.2.Metodología de análisis

Para desarrollar mi estudio he optado por seleccionar algunos de los museos y conjuntos arqueológicos de la Red de Museos de la Junta de Andalucía. La razón primordial por la que me he inclinado a estudiar los textos de los centros que albergan patrimonio arqueológico, es porque este patrimonio se encuentra descontextualizado, y requiere un fuerte tratamiento interpretativo y museográfico para que el público lo entienda. Por tanto, los textos adquieren un papel primordial, incluso indispensable a la hora de asimilar la naturaleza de este tipo de colecciones, desposeídas de su razón de ser originaria.

Según Freeman Tilden, estudioso de la disciplina de la interpretación del patrimonio, *“La interpretación es una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones a través del uso de objetos originales, por un contacto directo con el*

recurso o por medios ilustrativos, no limitándose a dar una mera información de los hechos".¹

A la hora de elegir los museos y conjuntos arqueológicos, he necesitado desarrollar un criterio selectivo que me ha hecho descartar algunos centros. A continuación, desarrollo las diversas razones que no me permitían analizar algunas instituciones en igualdad de condiciones:

- No he introducido en este estudio el centro de visitantes y los yacimientos del conjunto arqueológico dólmenes de Antequera (dolmen de Viera, dolmen de Menga y tholos de El Romeral) porque no posee elementos informativos. La sede tan sólo cuenta con un audiovisual que muestra la hipótesis del proceso de construcción de la Menga. Debo puntualizar la evidente falta de información con la que el visitante se encuentra, contando tan sólo con el apoyo del folleto informativo en el cual se describe cada uno de los yacimientos, aunque con un marcado acento arqueológico. En las explicaciones del folleto predominan datos de localizaciones y dimensiones, y son casi inexistentes los datos interpretativos donde se contextualice la época o la actividad que pudo realizarse en estos yacimientos.
- La falta de uniformidad en el material textual de los museos ha sido la razón que me ha hecho descartar cuatro de los centros andaluces (museo arqueológico de Sevilla, museo de Cádiz, museo de Jaén y museo de Málaga). Debido a la carencia de fondos económicos, al parecer no se ha podido actualizar la cartelería de museos que están en funcionamiento desde hace más de un siglo. En muchos casos, los distintos directores que se han ido sucediendo, con sus distintos criterios, han tratado de completar contenidos o simplemente dar nombre a las piezas que entraban de nuevos yacimientos. Este hecho ha provocado que exista una diversidad ingente de tipos, estilos, materiales, etc., que carecen de un fundamento homogéneo que permita un análisis detallado. Un ejemplo claro puede ser el museo arqueológico de Sevilla. En este museo he podido contabilizar 13 tipos de cartelas diferentes. El lector se encuentra con incoherencias en el discurso, ya que, por ejemplo, en ocasiones nombra un mismo yacimiento con diferentes nombres, como es el caso de *Munigua* o

¹ TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona, 2006, p. 35.

Mulva. Son pequeños matices que demuestran la necesidad de homogeneizar y, por supuesto, aplicar correctamente las pautas actuales de elaboración de textos expositivos para realzar los contenidos.

- El museo de Granada no ha podido ser examinado por encontrarse en estos momentos cerrado al público por reformas.
- El museo de Córdoba, no es apto para su estudio por su carácter provisional hasta que se finalicen las obras del edificio antiguo, tampoco me ha parecido aconsejable considerar.
- Y por último, el conjunto monumental Alcazaba de Almería, descartado por poseer escasos e irregulares elementos informativos, y la Alhambra y Generalife, por abarcar una temática que supera la información puramente arqueológica.

Los museos y conjuntos arqueológicos que he decidido analizar son aquellos que su cartelería cuenta con una mediana uniformidad para poder valorar ciertamente si el conjunto cumple con las pautas recomendadas.

A continuación enumero ordenadamente por provincias los centros analizados:

- Museo de Almería.
- Conjunto arqueológico de Baelo Claudia.
- Conjunto arqueológico de Madinat al-Zahra.
- Museo arqueológico de Úbeda.
- Conjunto arqueológico de Carmona.
- Conjunto arqueológico de Itálica.

Estos museos y conjuntos arqueológicos son una excelente muestra de importantes colecciones arqueológicas dignas de ser interpretadas para conseguir acercarlas al público general. Todos ellos presentan una relativa homogeneidad entre sus textos, lo que permite evaluar el efecto que estos posiblemente provocan al visitante según son sus características. Dentro de esta selección de espacios expositivos nos encontramos con centros recientemente ejecutados, como son el museo de Almería y los conjuntos arqueológicos de Baelo Claudia, Madinat al-Zahra, Carmona e Itálica. El museo de Úbeda, por el contrario, se trata de una obra muy posterior, que sin embargo, ha conseguido mantener una cierta uniformidad que respeta la globalidad del material textual del espacio expositivo, aunque con algunos impedimentos espaciales que más adelante se detallan. Todos ellos nos servirán para comparar los estilos y los recursos

empleados y extraer las muestras más adecuadas o mejorables en materia de elaboración de textos expositivos.

Quiero agradecer la colaboración de los directores y conservadores de los centros visitados. Todos han sido de gran ayuda a la hora de desarrollar mi trabajo, facilitándome para mi estudio un gran parte de los textos analizados y han resuelto todas aquellas dudas que me han ido surgiendo a lo largo del desarrollo de este trabajo.

El método para analizar los textos ha consistido en trabajo de campo y estudio pormenorizado y contrastado del material recogido. He visitado personalmente todos los museos para recoger imágenes y medidas de todos los textos expositivos. Igualmente, he tratado de observar el comportamiento de algunos individuos que circulaban por el museo e incluso he realizado los recorridos por los centros acompañada de diferentes personas con distintos perfiles, a quienes agradezco su colaboración, para poder anotar las percepciones de cada uno de ellos:

- Persona menor de 30 años interesada en la materia arqueológica y con aspiraciones a trabajar en un museo.
- Persona mayor de 30 años no interesada en la materia ni acostumbrada a visitar museos.
- Persona mayor de 30 años experta en redacción de textos expositivos y en estudios históricos y genealógicos.
- Persona mayor de 30 años experta en diseño de museos y exposiciones.
- Persona mayor de 40 años interesada en la materia arqueológica con problemas de visión.

Posteriormente, con toda la información recopilada, he pasado a estudiar analíticamente todos los textos de los seis centros visitados. El proceso completo puede resumirse en las siguientes fases:

- Preparación de base documental con la compilación de pautas sobre la elaboración de textos expositivos.
- Elaboración de fichas tipo para analizar los textos.
- Selección de los museos y conjuntos arqueológicos a examinar.
- Solicitud de permisos a las instituciones para la toma de imágenes y medidas.
- Visita a los centros para recogida de información.

- Solicitud a los museos y conjuntos arqueológicos de textos en formato digital.
- Transcripción manual de los textos no obtenidos en formato digital.
- Análisis exhaustivo de cada uno de los textos de los centros culturales visitados.
- Redacción de fichas con los resultados obtenidos del análisis previo.
- Extracción de conclusiones generales sobre el estado actual de los textos expositivos de las instituciones arqueológicas seleccionadas.
- Redacción de ficha con las conclusiones obtenidas en los análisis realizados.

Para llevar a cabo la primera y segunda fase de mi trabajo, dedicadas a seleccionar los factores que intervienen en una visita al museo y sintetizar las recomendaciones para redactar textos expositivos, he acotado los contenidos de mi propuesta inicial debido a la densidad de la materia. Son muchos los agentes que influyen y afectan al visitante desde que entra en el museo hasta que sale de él. No obstante, para este estudio he decidido focalizar únicamente en los factores del mensaje escrito dentro de la exposición.

He partido del estudio del proceso natural de la atención del visitante de un museo. Este tema puede ser estudiado bajo diferentes ópticas: como el guión que plantea Stephen Bitgood, ya que se ajusta en gran medida al planteamiento que en este trabajo se defiende. Este psicólogo estadounidense estudia la atención del visitante de un espacio expositivo y lo plantea como un proceso dividido en tres etapas (atraer, focalizar y mantener la atención).²

Cada una de las etapas se caracteriza por diversos comportamientos que el visitante realiza y, a su vez, son muchos los factores que favorecen o entorpecen la atención del visitante y la comunicación del mensaje:

- Durante las dos primeras fases (atraer y focalizar), la persona mira, se acerca, se detiene y finalmente centra su atención en un simple elemento de la exposición, excluyendo todos los demás. En esta primera etapa me he centrado en los factores físicos que afectan al visitante. Estos factores, bien aprovechados, son

² BITGOOD, S.: "An attention-value model of museum visitors", en *Visitors Studies*, 2010, p. 3.

los que trabajan en dos direcciones: atraen la curiosidad del visitante y permiten su lectura, porque ajustan los textos a las capacidades físicas del lector.³

- Finalmente, y sólo si el visitante ha superado la fase anterior, mantiene la atención. Es el momento en el que la persona examina detenidamente los contenidos de la exposición, lee los textos y procesa el mensaje de los mismos. En esta segunda y decisiva etapa, trato los factores cognitivos. Son aquellos factores que, correctamente utilizados, reducen el esfuerzo del lector, y hacen sus contenidos más accesibles y atractivos, de forma que permitan una comunicación más efectiva del mensaje de la exposición.⁴

Por tanto, teniendo en cuenta el planteamiento inicial, he buscado las recomendaciones fundamentales que aumentan la efectividad de los textos expositivos, y los he estructurado en los dos niveles que influyen las capacidades de atención del visitante: los factores físicos y los factores cognitivos.

Este desglose ha de realizarse para comprender cada uno de los componentes que forman parte del proceso, no obstante, es imprescindible una combinación global de todos los factores para una comunicación efectiva. Por ejemplo, un texto puede estar redactado para que se entienda correctamente que, sin embargo, si sus características físicas no permiten su lectura, posiblemente el texto no será leído. Si las letras son demasiado pequeñas, el texto no podrá leerse.

En el apartado 3.2. de este documento se desarrollan estas y otras consideraciones básicas que ofrecen una guía para aquellos que precisen redactar textos expositivos. Muchas de ellas son factores probados, y otras son recomendaciones subjetivas que simplemente pueden tomarse en cuenta de forma flexible y si se estima oportuno.

Para hacer una presentación del análisis realizado, he desarrollado un sistema de fichas para que el lector pueda localizar con facilidad la información. En primer lugar, he dedicado una ficha de introducción a cada centro, con datos generales sobre el espacio expositivo. La segunda ficha está dedicada al análisis pormenorizado de todos los textos

³ BITGOOD, S.: "The role of attention in designing effective interpretative labels", en *Journal of Interpretation Research*, vol. 5, Nº 2, 2000, pp. 3-5.

⁴ BITGOOD, S.: "An attention-value model of museum visitors", en *Visitors Studies*, 2010, pp. 4-7;
BITGOOD, S.: "The role of attention in designing effective interpretative labels", en *Journal of Interpretation Research*, vol. 5, Nº 2, 2000, pp. 5-6.

expositivos de cada conjunto o museo arqueológico. Cada una de estas fichas está constituida por diversos apartados que a continuación desgloso y explico:

1.FACTORES FÍSICOS

1.1.Localización del texto expositivo: análisis de la ubicación física de los diferentes paneles según el recorrido planteado en el espacio expositivo y su localización respecto al visitante, denominado comúnmente ergonomía: franja visual y altura de los textos en plano horizontal.

1.2.Jerarquía grafica: revisión de la distinción gráfica empleada para diferenciar los distintos niveles informativos e idiomas: tamaños, tipografías, colores, etc.

1.3.Cantidad de texto: recuento de la cantidad de palabras por texto según niveles informativos y promedio de tiempo estimado de lectura.

1.4.Formato de texto: estudio general de la tipografía, tamaño e interlineado de los textos principales. Debido a la inaccesibilidad a algunos de los textos por encontrarse en el interior de vitrinas y por la falta de información técnica se ha analizado el cuerpo de texto principal.

1.5.Maquetación de panel gráfico: cálculo de la cantidad de caracteres aproximado por línea de texto, clase de alineación del texto y detalles que afectan al bloque de texto en su conjunto.

1.6.Visibilidad: inspecciones de la iluminación, el contraste entre la tipografía y el fondo y las posibles interferencias visuales que afecten a los textos.

1.7.Accesibilidad: recopilación de los accesos y obstáculos encontrados en los circuitos expositivos para personas en silla de ruedas o con deficiencias visuales.

1.8.Estado de conservación: repaso de los soportes textuales para contabilizar los desperfectos y el grado de suciedad que dificulte su lectura.

2.FACTORES COGNITIVOS

2.1.Jerarquía de información: extracción de los niveles de información con los que se han estructurado los contenidos de la exposición y revisión de la posible jerarquización interna del mensaje: título, subtítulo y texto explicativo.

2.2.Legibilidad: cómputo del promedio de sílabas por palabras y palabras por oración y valoración por la Escala INFLESZ.

2.3.Léxico empleado: estimación del nivel del vocabulario del texto en función al empleo de terminología técnica y sus explicaciones.

2.4.Técnicas de estimulación lectora: revisión de los textos para evaluar si hacen uso de algunos de los métodos recomendados: voz natural, expresión en positivo, familiaridad con la materia, contextualización social, empleo de preguntas, observación guiada, citas, humor y final impactante.

2.5.Relación con lo expuesto: análisis de la vinculación existente entre la pieza y el texto explicativo en cuanto a su contenido y a la distancia física entre el objeto y el panel gráfico.

2.6.Guía de estilo: estudio de los criterios idiomáticos más habituales empleados en los textos expositivos: cursivas, mayúsculas, fechas, etc.

3. ANEXO

3.1.Otros medios de comunicación: recuento de los otros medios empleados para transmitir los contenidos de la exposición: audiovisuales, interactivos, manipulativos, ilustraciones, maquetas, dioramas, reproducciones, folletos explicativos, guías, visitas guiadas, material didáctico, etc.

3.2.Imágenes de referencia: fotografías que demuestran algunas de las apreciaciones observadas.

Mi propósito a la hora de marcar este procedimiento ha sido el de mantener la máxima objetividad posible, dejando de lado preferencias y gustos personales, para realizar un análisis eminentemente equitativo y sistemático. El criterio llevado a cabo, consiste en contabilizar cada uno de los factores que según los expertos influyen a los textos en una exposición para ser leídos, y extraer las proporciones que nos permitan evaluar en qué grado estos factores han sido tenidos en cuenta. Gracias a este análisis obtengo los datos que me han permitido evaluar y hacer una cata preliminar sobre el estado actual de los museos y conjuntos arqueológicos andaluces.

Por último, he procurado una última ficha donde se simplifican todos los datos recogidos al contrastar las fichas de análisis. En ella destaco y comparo los puntos fuertes y los puntos débiles más significativos que pueden mejorar, para alcanzar una comunicación efectiva entre el público y los contenidos.

3.DESARROLLO DE LOS CONTENIDOS

3.1.¿Qué importancia tienen los textos expositivos?

Esta es la pregunta que cada una de las personas implicadas en el desarrollo de una exposición debe formularse.

En algunos casos, se piensa que las piezas de una colección hablan por sí mismas y no precisan explicación. Otras veces, la mayoría, se olvida que el visitante no es un experto en la materia, y por tanto no pueden seguir el hilo del mensaje expositivo. O incluso, se presume que el público no va a leer los textos, y no se les dedica el tiempo y el trabajo que precisan.

No se debe infravalorar la capitalidad de los textos en una exposición, puesto que como apunta Eilean Hooper- Greenhill, en los espacios expositivos los mensajes se divulgan mediante una combinación de piezas, imágenes y palabras.⁵

Estas palabras que menciona Hooper-Greenhill, son las que se despliegan por las salas y son las que hablan directamente al visitante, las que le cuentan las historias que contextualizan los objetos, e incluso las que les hacen fijarse en detalles que no se habían percatado. Como apunta Loomis, es de gran importancia que el material interpretativo ayude al visitante a entender la pieza expuesta.⁶

Durante mucho tiempo los museos se han caracterizado por sus labores de erudición, colección e investigación. Sin embargo, en la actualidad, los museos deben además combinar estas tareas con las educativas para convertir esta institución cultural en un lugar de enseñanza y disfrute de las colecciones históricas.

Estas exposiciones de enfoque didáctico e interpretativo favorecen el encuentro del visitante con los contenidos expuestos. Al tradicional acto de mirar y caminar por las salas de un museo, pueden sumarse diversas actividades para ofrecer una experiencia más completa e incluso multisensorial, todo ello con el único fin de acercar al visitante a la exposición para poder transmitirle su mensaje.

⁵ HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 158.

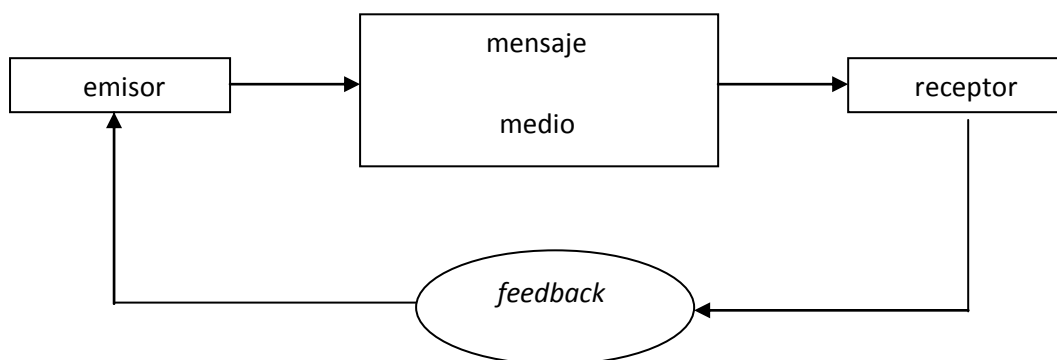
⁶ LOOMIS, R. (1983) citado en SCREVEN, C.G.: "Motivating visitors to read labels", en *ILVS Review*, vol. 2, Nº 2, 1992.

La idea del museo como colección para disfrute de los eruditos ha sido sustituida por la idea del museo como medio de comunicación para todos. Por tanto, los escritos, junto con los audiovisuales, interactivos, etc. son los principales recursos comunicativos de un museo.

El estudio de la noción de comunicación en sí misma nos permite adentrarnos en la naturaleza esencial de los textos en la transmisión de contenidos de un museo:

El proceso de comunicación natural y directa entre dos personas se basa inicialmente en la idea de una persona (emisor) que envía un mensaje a otra (receptor). El mensaje (medio) precisa estar codificado (palabras) de forma que el receptor pueda recibirlo y comprenderlo correctamente. Además, en una comunicación directa, estas palabras irán reforzadas por muchos otros canales de comunicación, como gestos, expresión facial, énfasis, etc. Cuando el mensaje ha sido enviado, el receptor puede dar señales positivas de entendimiento, o bien si el receptor no comprende bien el mensaje, inmediatamente puede pedir su verificación haciendo una pregunta sobre dicho mensaje o pedir que lo repitan o enuncien de otra manera (*feedback* positivo-negativo).

Este diagrama sintetiza el proceso:⁷



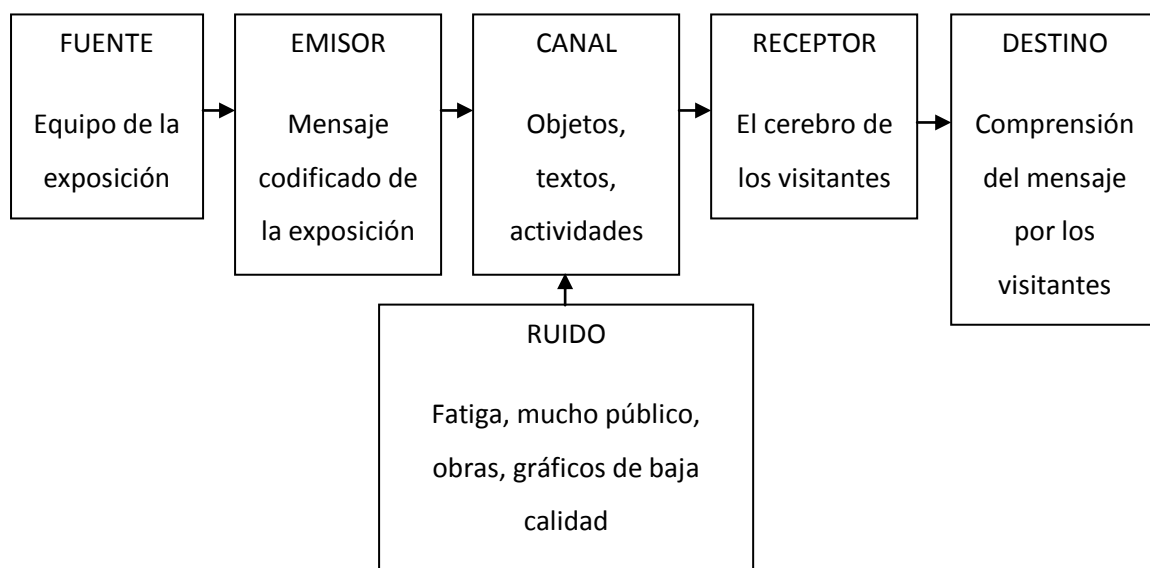
Si bien este proceso corresponde a la comunicación directa entre dos personas, la comunicación en un museo es algo diferente. En una exposición la comunicación puede valerse por una gran cantidad de canales (piezas, textos, audiovisuales, escenografías,

⁷ CAMERON, D. (1968) citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 66.

etc.).⁸ Aunque sin duda alguna, también nos encontramos con algunos obstáculos que dificultan este proceso comunicativo.

La lectura de los textos de las exposiciones suelen realizarse en condiciones no del todo apropiadas. Normalmente se leen estando de pie, quizás mientras se camina, y a veces junto a un grupo de desconocidos. En ocasiones el lector está cansado o puede estar leyendo en un idioma que no es el suyo (ruido). Una de las partes implicadas (el visitante-receptor) está presente, mientras que el otro (el equipo que prepara la exposición-emisor) está ausente. El emisor debe basarse en sus conocimientos para elaborar un mensaje para que el receptor se sienta atraído el texto y le interese su contenido. Esta es la clave de la operación. Pero, el mensaje se transmite en una sola dirección, sin que exista ninguna oportunidad de *feedback* inmediato. Si el mensaje no está claro, no se puede aclarar. Si el mensaje es aburrido y no suscita curiosidad, el visitante continuará su visita sin detenerse a leer los textos. Es imprescindible, por consiguiente, que se haga todo lo posible para permitir que la lectura sea fácil, rápida y amena.⁹

Si tenemos en cuenta todos estos factores, el modelo del proceso de comunicación desarrollado por Shannon y Weaver es el que mejor se adapta a la exposición de un museo:¹⁰



⁸ BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 52.

⁹ HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 171.

¹⁰ HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 61.

Para evitar que los problemas de comunicación aumenten, hay que cuidar la producción de los textos, pero como dijo G. Brown Goode, secretario adjunto de la Institución Smithsonian y responsable del Museo Nacional de los Estados Unidos, *“La preparación de los rótulos es una de las tareas más difíciles para el hombre de museo”*.¹¹

Para dar comienzo a esta labor hay que plantear y resolver las siguientes cuestiones: ¿por qué queremos contar esto?, ¿a quién queremos contárselo?, ¿qué queremos contar? Hay que definir previamente que mensaje se va a transmitir y tras resolver estas dudas ya podemos comenzar a pensar en cómo vamos a contarlo.¹² A la hora de formular nuestra estrategia para redactar los textos es necesario tener en cuenta que los visitantes de un museo en contadas ocasiones tienen algún conocimiento especializado de la exposición que han venido a ver. Muchas veces acuden por curiosidad, o bien para entretenerse en su tiempo libre. Por lo tanto, los redactores de textos deben convertirse en un intermediario entre el patrimonio artístico y el público general, que traduzca al lenguaje común los intereses y la terminología científica del experto sin perder el rigor científico.¹³ Es preferible introducir el tema como si el lector no supiese nada, y continuar con la descripción y el comentario sobre su importancia.¹⁴

No siempre los datos más extraordinarios que apasionan al investigador son los mismos que más interesan al lector. Es por ello que hay que plantearse cuáles son los intereses comunes de los posibles visitantes del museo.

Beberly Serrell hace una reflexión, que aunque pesimista puede ayudarnos a valorar la realidad de la situación antes de pensar, incluso, cómo debemos escribir los textos de una exposición:¹⁵

“Un visitante adulto, de pie, que habla el idioma, con muchas distracciones a su alrededor, lee de media 250 palabras por minuto aproximadamente. Si la exposición mide 600 metros cuadrados, y el visitante invierte de media entre 6 y 10 minutos para

¹¹ BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 192.

¹² RAND, J.: “Building your ideas”, en *Museum Visitor Studies in the 90s*, 1993, p. 4.

¹³ TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona, 2006, p. 140; GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 150; VELARDE, G.: “Comments from leading consultants...”, en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 8; BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 193.

¹⁴ HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 175.

¹⁵ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, p. 125.

una exposición de estas dimensiones, este es tiempo suficiente para leer 2500 palabras, pero sólo si dedica su tiempo a leer. En cambio, si de este tiempo dedican la mitad del tiempo para ver también, esto deja unas 1250 palabras para leer. Si dedican además tres cuartas partes a mirar, hablar con otras personas del grupo y a sentarse a descansar un instante, esto deja tiempo para leer 625 palabras. Pero, ¿qué ocurre si esta exposición contiene 20 cosas diferentes que ver y que hacer, y cada uno tiene un texto explicativo? Entonces las cuentas indican que cada panel explicativo debería contar con 30 palabras. No es mucho, pero es una forma realista de pensar”.

Los estudios de público realizados en España no son más alentadores en cuanto al tiempo de atención de los visitantes. Los resultados obtenidos por ejemplo en los estudios realizados en el MNCN apuntan que los tiempos de atención para los paneles de texto eran de 2,7 segundos de media.¹⁶ Por otra parte, algunos autores han sugerido y demostrado que los visitantes sí leen los textos cuando se dan las condiciones adecuadas.¹⁷ Estas condiciones hacen referencia a la capacidad de los soportes para contener la información que interesa al visitante plasmado de forma que la percepción del esfuerzo y el tiempo requerido para su lectura sea rentable en términos de adquisición de conocimientos.¹⁸

$$\text{COCIENTE DE SELECCIÓN: } \frac{\text{VALOR (expectativa de provecho del lector)}}{\text{COSTE (percepción de esfuerzo y tiempo requerido del visitante)}}$$

El estudio de la producción de los textos expositivos, orientado a aumentar el valor y disminuir el coste de los textos está siendo depurado gracias a la encomiable labor de diversos investigadores como Beverly Serrell, Stephen Bittgood, Chan. G. Screven, Eilean Hooper-Greenhill, Borun, Miller, Judy Rand, Loomis, Miles, Jacobi, McManus,

¹⁶ PÉREZ SANTOS, E. (1990) citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 181.

¹⁷ SCREVEN, C. G. (1990), MCMANUS, P. (1987/ 1990), y BORUN, M., y MILLER, M. (1980) citados en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 185.

¹⁸ BITGOOD, S. et al.: "Interest and effort of reading: a test of the general value principle", en *Current Trends in Audience Research*, vol. 19, 2006, p. 1-10; SCREVEN, C.G.: "Motivating visitors to read labels", en *ILVS Review*, vol. 2, Nº 2, 1992, p. 189.

Belcher, Hall, Lord, Emilio Sánchez Miguel, Ángela García Blanco, Madruga y Dufresné Tasse entre otros.

De estas publicaciones se extraen múltiples experimentos, resultados y recomendaciones con distintos enfoques. Es necesario organizar este material y exponerlo de forma que todos los factores implicados, tanto de diseño como de contenidos, sean tenidos en consideración.

Es preciso aclarar que en el ámbito de diseño la materia puede ser desarrollada considerablemente. Pero el propósito de este trabajo es seleccionar algunas pautas o herramientas básicas que permitan a un historiador, desconocedor de la disciplina del diseño, desenvolverse con cierta soltura a la hora de la toma de decisiones de esta índole.

A continuación se sistematizan los resultados más relevantes ordenados según la estructura inicial, en la que le damos igual importancia a los factores físicos y cognitivos, porque unos sin los otros fracasarían en su proceso comunicativo.

La tarea es compleja porque las circunstancias de cada estudio difieren de las demás e introduce variantes cuya incidencia se desconoce. Aunque hay algunas conclusiones que se pueden considerar bastante definitivas, puesto que se repiten en todas las circunstancias.

3.2.Pautas de elaboración de textos expositivos

1.FACTORES FÍSICOS

1.1.Localización del texto expositivo

Al realizar el planteamiento de los textos expositivos en el espacio hay que pensar en dos aspectos que participan en la primera impresión del visitante: la ubicación física del panel como indicador del recorrido y la disposición del panel con respecto al visitante.

Los paneles gráficos deben estar colocados de forma que evidencien claramente el nivel informativo que representan dentro de la exhibición, ya sea por ejemplo el título, el texto introductorio y orientativo, el texto de unidad temática o la cartela de la pieza¹⁹ (ver apartado 2.1). De esta forma cuando el visitante accede por primera vez en una sala, se encontrará en primer lugar lo que se pretenda que lea primero y se seguirá el orden sucesivamente. Además, con el apoyo de la jerarquía gráfica (ver apartado 1.2.) se acentúa la distinción entre estos niveles informativos y se incita así a seguir un recorrido lógico.²⁰ La importancia de este planteamiento radica en que se ha demostrado que los visitantes siguen con más frecuencia los recorridos que están claramente marcados²¹ (ver ilustración 1).

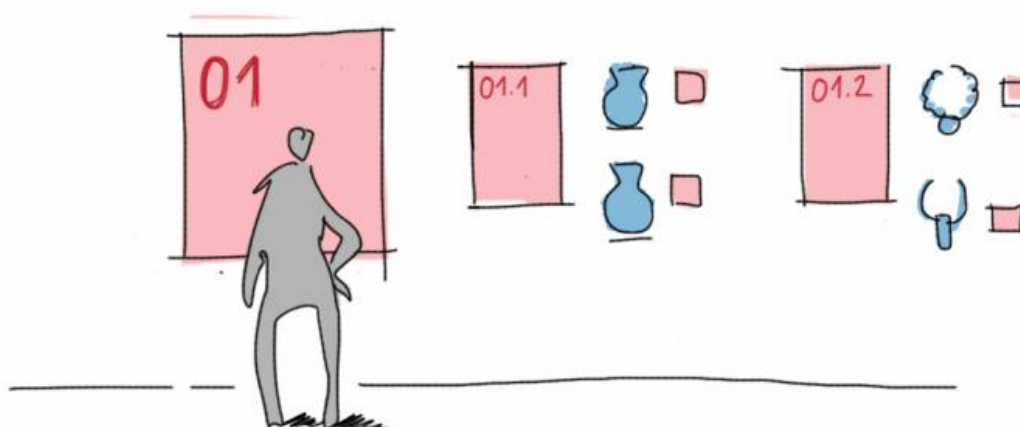


Ilustración 1. Ordenación lógica de los niveles informativos (texto de introducción, texto de unidad temática, cartelas)

¹⁹ GÓMEZ, L.: "El diseñador invisible. El diseño gráfico en la sala de exposiciones", en *MUS-A*, Nº 12, 2010, p. 51.

²⁰ GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, pp. 129-134.

²¹ ASENSIO, M. (1996), y BITGOOD, S. (1994) citados en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 179.

Aunque es inviable pronosticar el flujo circulatorio que se pueda desarrollar dentro de un espacio, sí se han estudiado los comportamientos que parecen más comunes en este tipo de situaciones. Por ejemplo, en ausencia de señales específicas al entrar en una sala, los visitantes tienden a girar a la derecha.²² Por tanto, convendría comenzar a colocar los textos ordenadamente a la derecha de la entrada. También se piensa que las personas tienden a pasear en línea recta a menos que haya algo que les haga parar o tomar otra dirección (principio de inercia).²³ Cuestión también interesante a la hora de plantear la ubicación de los paneles gráficos.

Por otro lado, se han desarrollado muchas investigaciones sobre ergonomía y antropométrica para decidir la disposición ideal del panel gráfico con respecto al visitante. Algunos de los descubrimientos y recomendaciones se analizan en la obra de Belcher.²⁴

Idealmente, los textos deberían estar dispuestos en la línea media de visión del lector, lo que se denomina franja visual. Se da un acuerdo generalizado de que la franja visual más práctica es la que comienza aproximadamente a un metro del nivel del suelo y se extiende un metro más arriba²⁵ (ver ilustración 2).

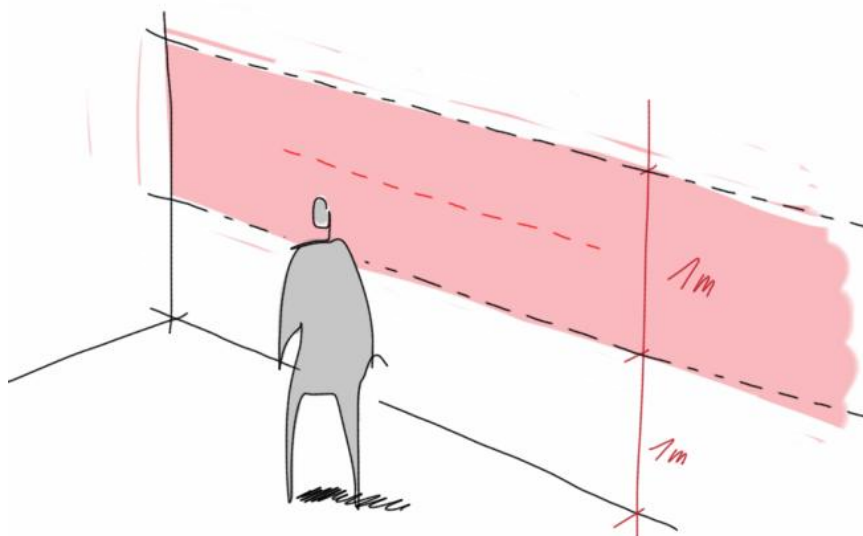


Ilustración 2. Franja visual ideal para la colocación de los bloques de texto explicativos.

²² MELTON, A.W. (1935) citado en BITGOOD, S.: "Visitor orientation and circulation: some general principles", en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 3, 1992, p. 15.

²³ MELTON, A.W. (1935) citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 179.

²⁴ BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, pp. 233-238.

²⁵ BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 236.

No es recomendable descender la cota más baja porque se dificulta mucho su visualización, especialmente en el caso de personas mayores que tengan problemas de vista o que no puedan agacharse con facilidad.²⁶

La línea media de visión para un hombre adulto se sitúa en los 170 cm, en cambio, la línea de visión de los niños y personas en sillas de ruedas desciende a 122 y 115 cm aproximadamente. Al tener un punto de visión más bajo, los textos dispuestos en plano horizontal que sobrepasan esa línea de visión pueden ser difíciles o imposibles de leer para ellos²⁷ (ver apartado 1.7.).

También es importante el espacio disponible para la lectura. El espectador suele acceder al elemento a 150 cm de distancia del soporte o muro, por tanto debería existir espacio suficiente para poder leerlo a esa distancia como mínimo.

Para las cartelas se recomienda generalmente situarlas debajo de los objetos, independientemente si es a la izquierda, a la derecha o centrado con la pieza. Pero es conveniente que sea coherente en toda la exposición de forma que el espectador sepa hacia dónde mirar cuando busca información.²⁸

1.2.Jerarquía gráfica

El diseño de los paneles gráficos debe ayudar al visitante a distinguir intuitivamente los distintos niveles informativos con los que cuenta la exposición, por ejemplo: título de la exposición, texto introductorio, texto de unidad temática y cartela²⁹ (ver apartado 2.1.).

Para conseguir una clara diferenciación entre los niveles informativos es posible crear un sistema de jerarquización gráfica que debe ser empleado con rigurosidad. Pueden manipularse con cierta libertad estética diversas distinciones para cada grupo de textos,

²⁶ GÓMEZ, L.: “El diseñador invisible. El diseño gráfico en la sala de exposiciones”, en *MUS-A*, Nº 12, 2010, p 52; MUSEUM OF NEW ZEALAND TE PAPA TONGAREWA: “Writing Effective Interpretive Text”, en *He Rauemi resource guides*, 2006, p.17.

²⁷ MUSEUM ASSOCIATION et al.: “Access in Mind”, en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8. 1999, p. 4.

²⁸ MUSEUM ASSOCIATION et al.: “Guidelines”, en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8. 1999, p. 2; BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 198.

²⁹ HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, pp. 178-184, RUDER, E.: *Manual de diseño tipográfico*. México, 1992, p. 8.

como tamaños de letra, variaciones de la familia tipográfica, gamas de color u otros recursos gráficos.³⁰ El requisito fundamental para que la jerarquía gráfica funcione correctamente es la significativa diferenciación entre los distintos niveles informativos. Si se consigue, los visitantes pueden entender cuál es la información introductoria y cuál la específica y pueden seleccionar según sus necesidades e intereses. En cambio, si los distintos niveles son muy parecidos se pone a prueba la habilidad del lector para identificarlos, e incluso pueden no distinguirlos y por tanto estamos obligando al visitante a leer todos los textos para entender el mensaje, lo que puede suponer demasiado esfuerzo.³¹

La diferenciación gráfica debe aplicarse igualmente a los textos traducidos a otro idioma. Si no existe una clara distinción entre ambos textos, la primera impresión del lector es que es un único bloque de texto el doble de largo. Para realizar esta diferenciación también pueden emplearse varios métodos gráficos, como son el color, el tamaño de tipografía, la longitud de línea, etc. (ver ilustración 3). Hay muchos otros recursos para ofrecer traducciones en soportes móviles, como hojas de sala o audioguías, que evitan sobrecargar los textos de las salas.³²

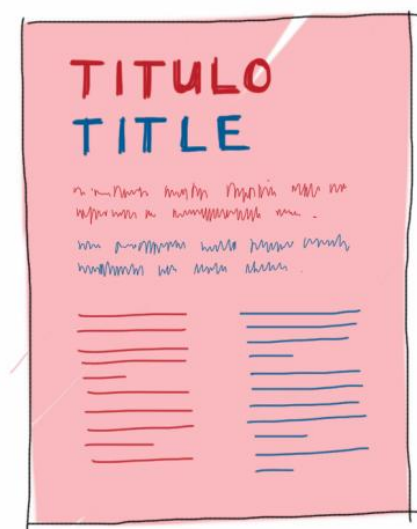


Ilustración 3: Diferenciación gráfica entre título, subtítulo, texto explicativo e idiomas.

³⁰ GÓMEZ, L.: "El diseñador invisible. El diseño gráfico en la sala de exposiciones", en *MUS-A*, Nº 12, 2010, p. 52.

³¹ JARDÍ, E.: *Veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras. Veintidós consejos sobre tipografía*. 2007, p. 28; ALT, M.B., y GRIGGS, S. (1989) citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 145.

³² SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 101-102.

También hay que prestar atención a no excederse en la cantidad de distintos niveles informativos. Más de 10 niveles darán al diseño expositivo un aspecto torpe, confuso y desorganizado.³³

1.3.Cantidad de texto

Existen diversas hipótesis acerca de la cantidad de palabras ideal para un texto expositivo, pero en lo que sí coinciden todos los teóricos es en la necesidad de reducir la extensión de los mismos con el objeto de motivar la lectura de los visitantes. Está comprobado que con la disminución de palabras de un texto aumenta su poder de atracción³⁴ y la información secundaria con datos técnicos y detalles abstractos crean confusión en el lector.³⁵

La mayoría de los autores insisten en no sobrepasar las 50 palabras por panel explicativo³⁶, aunque otros estudios son algo más flexibles permitiendo ampliarlos a 75³⁷, entre 80 y 100³⁸ e incluso 300 palabras, de manera que el público pueda leerlas entre 45 y 60 segundos.³⁹

Beverly Serrell nos ofrece una guía más específica en función a una jerarquización de niveles informativos básica que puede servirnos de referencia. Por supuesto, esta

³³ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, p. 30; BITGOOD, S.: "The ABCs of label design", en *Visitor studies: Theory, research and practice*, vol. 3, 1990, p. 122.

³⁴ BITGOOD, S. et al.: "Interest and effort of reading: a test of the general value principle", en *Current Trends in Audience Research*, vol. 19, 2006, p. 5; BICKNELL, S., y MANN, P (1993) citado en "Access in Mind", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 4; BITGOOD, S., y PATTERSON, D. (1993) citado en BITGOOD, S.: "The Anatomy of An Exhibit", en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 4, 1992, p. 7; BITGOOD, S. (1987) citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 142; BITGOOD, S. et al.: *Effects of labels characteristics on visitors behavior*. Technical Report, Nº 86-55, 1986, p. 6; BORUN, M. y MILLER, M (1980) citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 185.

³⁵ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 84-91.

³⁶ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 27-28; VEVERKA, J. (1994) citado en "Access in Mind", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 4; BITGOOD, S.: *Knowing when exhibit label work: standardized guide for evaluating and improving labels*. Technical Report, Nº 87-90, 1987, p. 10.

³⁷ BITGOOD, S.: "The ABCs of label design", en *Visitor studies: Theory, research and practice*, vol. 3, 1990, p. 120; WEINER, G. (1963) citado en BITGOOD, S. et al.: *Effects of labels characteristics on visitors behavior*. Technical Report, Nº 86-55, 1986, p. 1.

³⁸ HALL, M. (1987) citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 142.

³⁹ HAM, S.H.: *Interpretación ambiental. Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños*. Colorado, 1992, p. 250.

configuración de niveles es orientativa, porque cada exposición posee una jerarquización específica según sea la naturaleza de sus contenidos. Sin embargo, es un buen orientador.

La horquilla es bastante amplia, y es que es imposible ofrecer un número exacto de palabras. Aún así conviene repasar los escritos y preguntarse si es viable acortar las frases y emplear palabras más cortas con el fin de acercarse lo máximo a una extensión próxima de 50 palabras que recomiendan la mayoría de los investigadores para facilitar su lectura⁴⁰ (ver tabla 1):

Niveles informativos básicos	Número de palabras
Título de la exposición	1-7
Texto de introducción y orientación	20-300
Texto de unidad temática	20-150
Cartelas	20-150

Tabla 1. Cantidad de palabras ideal para los textos en función a los niveles informativos básicos

Si en algún caso, la materia lo requiere, los textos pueden ser algo más extensos. En estas ocasiones, existe la posibilidad de dividir el texto inicial en varios textos de unas 50 palabras cada uno.⁴¹

Otro buen indicador que complementa las recomendaciones de extensión de los textos es el tiempo estimado de lectura. Si se tiene en cuenta que una persona puede procesar una media de 250 y 300 palabras escritas por minuto, lo que supone unas 20 palabras cada 5 segundos,⁴² es posible calcular el tiempo hipotético que se invertiría en leer todos los textos de la exposición. Hay que lograr un equilibrio entre la extensión de los textos y la cantidad de textos para que su lectura completa no se convierta en un discurso excesivamente largo porque diversos estudios de públicos han constatado que rara vez

⁴⁰ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 199-200.

⁴¹ PUNT, B. (1989) citado en JOHNSON, D.: "Practical guidelines for developing interpretive labels", en *Visitor Behavior*, vol. XI, Nº 4, 1996, p. 7.

⁴² MCMANUS, P. (1990) citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 185.

un visitante invierte más de dos horas en un museo.⁴³ Según Beverly Serrell, el argumento de hacer discursos tan extensos para que el visitante pueda volver a menudo, o bien, para que lean lo que quieran no es real. Esta actitud no es beneficiosa.⁴⁴

Hay que prestar especial atención para no sobrepasar la densidad de información que un espectador puede asimilar en una visita. Se recomienda limitar la cantidad de conceptos, agruparlos claramente en párrafos y utilizar correctamente los signos de puntuación para dar un breve respiro al lector entre una idea a otra.⁴⁵

Los párrafos no deben ser demasiado largos ni densos, y no deben desarrollar demasiadas ideas en cada uno de ellos, porque la profusión induce al equívoco, desconcentración y aburrimiento del lector.⁴⁶ “(...) *es mucho mejor que el visitante de un área protegida, sea natural, histórica o prehistórica, se marche con una o algunas imágenes generales en la cabeza que con una mezcla de información que no aclara las dudas sobre la esencia del lugar, y ni si quiera explica la razón por la que se ha preservado*”.⁴⁷

Por último hay que tener en cuenta que acortar los textos en exceso puede ser asimismo perjudicial para la comunicación. Tilden lo advierte señalando los tres tipos de brevedad que fracasan en su objetivo:⁴⁸

- El tipo telegráfico, omitiendo artículo e incluso palabras.
- El que por su brevedad no consigue transmitir un mensaje adecuado.
- El que omite la explicación necesaria de una afirmación por reducir la extensión del texto. En este caso es preferible omitir esa afirmación si no se puede explicar.

⁴³ MILES, R.S., y TOUT, A.F. (1992) citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 179.

⁴⁴ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 112-127.

⁴⁵ COXAL, H. (1992) citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 187; YENAWINE, P.: “Cómo escribir para los visitantes adultos de los museos”, en *Visual Understanding in Education*, 1997, p. 8; FISMAN, D.: “Textos amigables en museos y escuelas: criterios compartidos”, <http://es.scribd.com/doc/32381885/Dina-Fisman-Textos-Amigables-en-Museos-y-Escuelas>. Consultado el 28/11/2011.

⁴⁶ MUSEUM OF NEW ZEALAND TE PAPA TONGAREWA: “Writing Effective Interpretive Text”, en *He Rauemi resource guides*, 2006; GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 141; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 84-91.

⁴⁷ TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona, 2006, p. 77.

⁴⁸ TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona, 2006, pp. 106-107.

1.4.Formato de texto

La tipografía está sometida a una finalidad específica: comunicar información a través de la letra impresa. El texto que no puede leerse se convierte en un elemento decorativo no comunicativo; una textura. Ningún argumento ni ninguna consideración estética pueden librar a la tipografía de su deber fundamental.⁴⁹

No existen unas reglas fijas para determinar el formato del texto ideal, sencillamente hay que combinar los distintos parámetros que la componen (tipografía, tamaño e interlineado) con sentido común. Es preciso conseguir que los tres componentes encajen de forma armónica para que el texto pueda leerse cómodamente.

Como se ha comentado con anterioridad, no se pretende procurar un estudio teórico sobre diseño gráfico, sino más bien se intenta ofrecer unas pautas que permitan al responsable de los textos de una exposición tomar decisiones acertadas. Para juzgar si una composición textual funciona gráficamente es indispensable contar con algunas consideraciones básicas:

- Tipografía del texto:

Hay opiniones contrapuestas sobre qué tipo de letra es más fácil de leer.

Podemos iniciar las consideraciones diferenciando las fuentes *Serif* o *Sans Serif* como fundamento principal:

- o *Serif*, son las que por su fisonomía rematada por *serifas*, son generalmente más apropiadas para la lectura de textos más largos. Los trazos finos y los remates ayudan al ojo a fijar y seguir una línea en un conjunto de texto, facilitando la lectura rápida y evitando la monotonía.⁵⁰ La *Times Roman*, es por ejemplo muy empleada en las exposiciones⁵¹ (ver ejemplo 1).

⁴⁹ RUDER, E.: *Manual de diseño tipográfico*. México, 1992, p. 8.

⁵⁰ BORREL PASTOR, C.: *Los textos en el museo. Análisis de la cartelería de los museos alicantinos*. Alicante, 2008, p. 77; BURT, C. (1959) citado en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 196.

⁵¹ MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Guidelines", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 2; RAYNER, A. (1998) citado en "Access in Mind", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 5.

Ejemplo 1:

Esta tipografía es un ejemplo *Serif*, se reconoce por los remates o *serifas* que encuadran las letras.

- *Sans Serif*, son las tipografías que por tener trazos rectos y uniformes y sin remates, no están aconsejadas para textos largos, ya que resultan monótonas y difíciles de seguir. La ausencia de remates y sus trazos finos las hacen más apropiadas para letras muy grandes usadas en pocas palabras para ser vistas a una cierta distancia, como es el caso de los rótulos, carteles, títulos, etc.⁵² (ver ejemplo 2).

Ejemplo 2:

Esta tipografía es un ejemplo *Sans Serif*, se reconoce por la ausencia de remates y los trazos finos.

Sin embargo, Spencer y Reynolds señalan que hay pruebas que dan a entender que los tipos *Sans Serif* son más legibles para los niños y para lectores con problemas de visión y generalmente se acepta que son adecuados también para fines expositivos.⁵³ La *Helvetica* y la *Univers*, ambas son muy frecuentes en las exposiciones.⁵⁴

Otra opinión es la que defiende que el tipo de letra impresa más legible es aquella con la que más familiarizada esté la mayoría de las personas.⁵⁵ Hay muchas tipografías que han sido utilizadas frecuentemente en periódicos, revistas y libros y son de excelente legibilidad para museos

⁵² BORREL PASTOR, C.: *Los textos en el museo. Análisis de la cartelería de los museos alicantinos*. Alicante, 2008, p. 78.

⁵³ SPENCER, H., y REYNOLDS, L. (1977) citado en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 186.

⁵⁴ MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Guidelines", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 2.

⁵⁵ BELCHER, M. (1991) citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 182.

porque son muy comunes. Por ejemplo, *Times Roman*, *Bodoni Book*, *Caslon*, *Century Old Style*, *Claredon*, *Optima*. (ver ejemplo 3).

Ejemplo 3:

Esta tipografía suele emplearse en periódicos, revistas y libros y por ello es lector está familiarizado con ella.

Por tanto, la elección entre una fuente *Serif* o *Sans Serif* es una preferencia personal. No es posible afirmar que ninguna sea mejor que la otra. En tipografía hay muy pocas verdades evidentes, inamovibles y que no estén sujetas a la moda. Simplemente hay que tener en cuenta que el tipo de letra debe facilitar la lectura de las líneas de texto y el encuentro de la línea adecuada al comienzo de cada nuevo renglón. Si no es así, la elección de la tipografía es la incorrecta.⁵⁶

Conviene recordar otro tipo de consideraciones que ayudan a diferenciar si es adecuada para un texto expositivo la fuente empleada:

- No es recomendable emplear los excesos en tipografía porque pueden afectar a la legibilidad del texto. Hay que evitar los tipos excesivamente verticales, comprimidos, con poco espacio entre letras, con excesivo *Serif*, etc.⁵⁷ (ver ejemplo 4).

Ejemplo 4:

Esta tipografía es excesivamente comprimida y puede afectar la correcta legibilidad de un bloque de texto en una exposición.

- Evitar las tipografías *Script*. Las fuentes decorativas que imitan escrituras manuales pueden ser un buen recurso decorativo, pero no son buenas tipografías para textos explicativos. Tampoco deben utilizarse

⁵⁶ MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Guidelines", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 2.

⁵⁷ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 189-198.

tipografías con caracteres que llamen excesivamente la atención. Por ejemplo, *Eras*, *Thesis*, *Gill Sans Itálica*.⁵⁸ (ver ejemplo 5).

Ejemplo 5:

Las tipografías Script no son apropiadas para los textos explicativos de una exposición.

- Evitar en paneles gráficos impresos el empleo de tipografías diseñadas para ser leídas en pantalla ya que no fueron creadas para ser leídas impresas. Por ejemplo, *Arial*, *Verdana*, *Tahoma*, *Georgia*, *Myriad* (ver ejemplo 6).

Ejemplo 6:

Esta tipografía es *Arial* y está diseñada específicamente para ser leída en pantalla.

- Evitar que el tipo de letra no comunique algo que no deseas comunicar. Todos los estilos de letra expresan algo. Es recomendable escoger una letra que no transmita algo distinto de lo que el texto describe⁵⁹ (ver ejemplo 7).

Ejemplo 7:

ALGUNAS TIPOGRAFÍAS TRANSMITEN UN MENSAJE TAN SÓLO POR SU PROPIO DISEÑO.

⁵⁸ JARDÍ, E.: *Veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras. Veintidós consejos sobre tipografía*. 2007, p.7; MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Guidelines", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p.2.

⁵⁹ JARDÍ, E.: *Veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras. Veintidós consejos sobre tipografía*. 2007, p.10.

Existen otros matices de la tipografía que pueden ser empleados de forma errónea. A continuación se hace un repaso de los más frecuentes:

- La habitual combinación de mayúsculas y minúsculas es muy recomendable para la lectura de un texto. Las mayúsculas pueden emplearse para títulos o subtítulos, pero debe evitarse los cuerpos completos de textos escritos en mayúsculas porque ocupan más espacio, disminuyen considerablemente la motivación del lector e incomodan la lectura del texto⁶⁰ (ver ejemplo 8).

Ejemplo 8:

**LAS MAYÚSCULAS NO DEBEN EMPLEARSE EN
TEXTOS LARGOS PORQUE OCUPAN MÁS
ESPACIO, DISMINUYEN LA MOTIVACIÓN DEL
LECTOR E INCOMODAN LA LECTURA DEL
TEXTO.**

- La tipografía negrita se emplea habitualmente para títulos y textos en pantalla, pero no es adecuado para los bloques de texto en una exposición. El empleo de negrita en textos largos puede ser contraproducente porque puede unir excesivamente los caracteres y perder claridad⁶¹ (ver ejemplo 9).

⁶⁰ BORREL PASTOR, C.: *Los textos en el museo. Análisis de la cartelería de los museos alicantinos*. Alicante, 2008, p. 81; TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona, 2006, p. 106; GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 140; RAYNER, A. (1998) citado en "Access in Mind", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 5; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 198-199; BELCHER, M. (1991) citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 182; PUNT, B. (1989) citado en JOHNSON, D., "Practical guidelines for developing interpretive labels", en *Visitor Behavior*, vol. XI, Nº 4, 1996, p. 7; NEAL, A. (1976) citado en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 197.

⁶¹ RAYNER, A. (1998) citado en "Access in Mind", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 5; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 189-198.

Ejemplo 9:

La tipografía negrita se puede emplear en títulos, pero no es adecuada para los bloques de texto explicativo.

- La cursiva y la versalita debe usarse con prudencia. Son mejor para textos cortos o expresiones especiales, para distinguir citas, para un breve título o para dar énfasis, pero estas nunca deberán sobrepasar las tres líneas. Cualquier texto largo que de entrada no utilice las formas previsibles (letra redonda) no invita a ser leído y son cansinos para el lector⁶² (ver ejemplo 10).

Ejemplo 10:

Los textos escritos en cursiva sólo deben emplearse para distinguir citas, para un breve título o para dar énfasis, pero nunca deben sobrepasar las tres líneas.

- Tamaño:

Tal y como ocurre con la tipografía, no existe una regla exacta para el tamaño de la letra. La elección del tamaño está condicionada por otros factores como la tipografía seleccionada, la ubicación del panel gráfico, la iluminación, el material sobre el que se imprime, la calidad, el tipo de impresión y finalmente entra en juego la buena vista del lector.⁶³ Como pauta general hay que decir que el texto debe ser lo suficientemente grande para poder ser visto desde donde el visitante generalmente se detiene a mirar, pero es mejor que las necesidades de cada situación sean valoradas por un diseñador gráfico cualificado.

⁶² MUSEUM OF NEW ZEALAND TE PAPA TONGAREWA: "Writing Effective Interpretive Text", en *He Rauemi resource guides*, 2006, p. 17; BORREL PASTOR, C.: *Los textos en el museo. Análisis de la cartelería de los museos alicantinos*. Alicante, 2008, p. 80; GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 140; RAYNER, A (1998) citado en "Access in Mind", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 5; SERREL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 198-199.

⁶³ BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 197.

Muchos autores discuten sobre el tamaño exacto que debe tener la fuente, pero este cuadro es el que parece más pertinente por encajar aproximadamente con la mayoría de las recomendaciones y por distinguir en función al nivel informativo que representa el texto⁶⁴ (ver tabla 2).

Nivel informativo	Tamaño
Título de la exposición	5 - 7.5 cm
Texto introductorio y orientativo	30 – 40 puntos
Texto de unidad temática	24 – 32 puntos
Cartela	18 – 22 puntos

Tabla 2. Tamaño de tipografía ideal en función al nivel informativo. Esta correspondencia es válida siempre y cuando las condiciones de iluminación y contraste del texto y el fondo permitan una correcta legibilidad.

Estas horquillas no han de seguirse con extrema exactitud, pero si es un buen referente. Además, estos tamaños deberán ajustarse a los distintos niveles informativos mediante la jerarquía gráfica anteriormente explicada, precisando un tamaño de la letra mayor un texto introductorio que el de un texto de segundo o tercer nivel informativo.

La mayor parte de los teóricos convienen que los textos deben encontrarse entre los 24 y los 36 puntos⁶⁵ (ver ejemplo 11), salvo algunas excepciones que se decantan por tamaños superiores para los textos principales, entre 36 y 48 puntos⁶⁶ (ver ejemplo 12), o bien, entre 48 y 60 puntos⁶⁷ (ver ejemplo 13).

⁶⁴ SPENCER, H.A.D., "Exhibition Text Guidelines", en *The manual of museum exhibitions*, 2002, p. 398.

⁶⁵ NEAL, A. (1976), WEINER, G. (1963), y CARMEL, J.H. (1962) citados en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 197.

⁶⁶ BITGOOD, S.: *Knowing when exhibit label work: standardized guide for evaluating and improving labels*. Technical Report, Nº 87-90, 1987, p. 10.

⁶⁷ GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 140.

Ejemplo 11:

Tipografía de 24 puntos.

Tipografía de 36 puntos.

Ejemplo 12:

Tipografía de 48
puntos.

Ejemplo 13:

Tipografía de 60
puntos.

Stephen Bitgood ha dedicado algunos estudios a este asunto, y ha descubierto que la tipografía de mayor tamaño aumenta la atención en los visitantes.⁶⁸ Comprobaron con distintos experimentos que aumentando el tamaño de unos textos de 18 a 36 puntos, también aumentó el número de lectores un 15%.⁶⁹ Pero como indica Beverly Serrell, no se recomienda sobrepasar el umbral de los 36 puntos, porque la letra deja de encajar cómodamente en la retina de la persona, resultando un proceso agotador y desconcentrante.⁷⁰

- Interlineado:

El interlineado es otro de los matices que participan de la legibilidad gráfica de un texto.⁷¹ Un texto bien compuesto debe presentar un equilibrio entre lo impreso y los espacios en blanco. Tanto un interlineado excesivo; que pierde visualmente la unidad del párrafo (ver ejemplo 14), como líneas de texto demasiado juntas; que unifican visualmente todo el texto en un bloque (ver ejemplo 15), disminuyen la legibilidad y cansan la vista del lector. La composición más legible es aquella en que el texto y su espacio entre líneas están armoniosamente equilibrados.⁷² Por regla general el interlineado debe ser el 130-150% del tamaño de la letra empleada en el texto. Un texto de 18 puntos debería tener un interlineado de 24-27, un texto de 24 puntos debería tener un interlineado de 32-36, y así sucesivamente (ver ejemplo 16).⁷³

⁶⁸ BITGOOD, S., y PATTERSON, D. (1993) citado en BITGOOD, S.: "The Anatomy of An Exhibit", en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 4, 1992, p. 7; BITGOOD, S. et al.: *Effects of labels characteristics on visitors behavior*. Technical Report, Nº 86-55, 1986, p. 6.

⁶⁹ BITGOOD, S.: "The ABCs of label design", en *Visitor studies: Theory, research and practice*, vol. 3, 1990, p. 120.

⁷⁰ SERREL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 189-198.

⁷¹ SERREL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, p. 194.

⁷² BORREL PASTOR, C.: *Los textos en el museo. Análisis de la cartelería de los museos alicantinos*. Alicante, 2008, p.79; GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 141; RUDER, E.: *Manual de diseño tipográfico*. México, 1992, p. 48.

⁷³ BORREL PASTOR, C.: *Los textos en el museo. Análisis de la cartelería de los museos alicantinos*. Alicante, 2008, p.78; MUSEUM OF NEW ZEALAND TE PAPA TONGAREWA: "Writing Effective Interpretive Text", en *He Rauemi resource guides*, 2006, p. 17.

Ejemplo 14:

Este texto presenta un interlineado excesivamente grande. Como puede comprobarse las líneas de texto quedan demasiado distanciadas y los espacios blancos intermedios predominan frente al texto escrito.

Ejemplo 15:

En cambio, este otro texto presenta un interlineado excesivamente pequeño. Las líneas de texto quedan comprimidas y unifican visualmente todo el texto en un bloque que parece una textura.

Ejemplo 16:

Según recomiendan los expertos éste sería un interlineado apropiado. Al maquetar los textos con estos parámetros conseguimos el equilibrio entre el texto impreso y los espacios en blanco.

1.5.Maquetación del texto

Como se pretende que los visitantes procesen una gran cantidad enorme de texto, es vital prestar atención a su presentación visual.⁷⁴ El trabajo de maquetación de los paneles gráficos tiene que procurar no ofrecer barreras físicas ni psíquicas para su lectura.

La maquetación del bloque de texto es un proceso que debe cuidarse de los múltiples factores que influyen la primera impresión del visitante. A continuación se repasan los que han sido más destacados por los expertos estudiados.

Las directrices básicas sobre la configuración visual del texto aconsejan que la longitud de las líneas se encuentre entre los cuarenta y cinco y los sesenta y cinco caracteres, lo que supone unas ocho o doce palabras por línea. Está demostrado que si la línea es

⁷⁴ HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 173.

demasiado larga, es posible que el ojo pierda la línea y, si es demasiado corta la lectura también se entorpece por el constante cambio de renglón⁷⁵ (ejemplos 17, 18 y 19).

Ejemplo 17:

Esta línea contiene unos cuarenta y cinco caracteres.
Según los expertos posee la extensión ideal para que
el lector ojee cómodamente un texto en una exposición.

Ejemplo 18:

Esta línea es más corta.
Pocos caracteres por línea
hace que el ojo del lector
tenga que cambiar de
renglón constantemente.

Ejemplo 19:

Esta línea contiene muchos más caracteres de los recomendados por los expertos. Si el lector tiene que seguir estas líneas en un panel gráfico de una exposición es posible que su ojo se pierda al buscar el comienzo de la nueva línea de texto.

Como ha ocurrido en apartados anteriores, no hay un acuerdo unánime para un número concreto de caracteres entre los diferentes estudiosos, con la diferencia que en este caso las opiniones difieren mínimamente. Por tanto, se considera oportuno hacer una horquilla que comprende entre los cuarenta y cinco y los sesenta y cinco caracteres, dentro de la cual se entiende correcto moverse. Aunque en todo caso, se debe tender al valor menor por mayoría de opiniones.

⁷⁵ MUSEUM OF NEW ZEALAND TE PAPA TONGAREWA: "Writing Effective Interpretive Text", en *He Rauemi resource guides*, 2006, p.17; GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 140; MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Writing techniques", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 4; HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 181; SERREL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, p. 201; RUDER, E.: *Manual de diseño tipográfico*. México, 1992, p. 159; PUNT, B. (1989) citado en JOHNSON, D.: "Practical guidelines for developing interpretive labels", en *Visitor Behavior*, vol. XI, Nº 4, 1996, p. 7; SPENCER, H., y REYNOLDS, L. (1977) citado en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 198.

Si la composición del texto por motivos de diseño debe ser horizontal, para que no supere los caracteres recomendados, puede dividirse en varias columnas de menor longitud de línea. Pero hay que tener cuidado de que no se rompa una frase entre las columnas.⁷⁶

En segundo término debe estudiarse la alineación del texto. Existen cinco formas distintas:⁷⁷

- Alineación a la izquierda: es el más natural y aconsejable para textos largos. Muchos autores la recomiendan porque evitan los bloques estáticos y se añade frescura al texto.⁷⁸ Esta es la alineación quizás que resulte más legible (ver ejemplo 20).

Ejemplo 20:

Este texto está alineado
a la izquierda. Es muy
recomendable para los
textos de una exposición.

- Alineación a la derecha: va en contra del lector porque su ojo debe encontrar el inicio de la línea en un lugar diferente cada vez. Pero puede tener cierta utilidad para un texto no muy extenso como un pie de foto, pero nunca para grandes bloques de texto (ver ejemplo 21).

Ejemplo 21:

La alineación del texto
a la derecha no es
recomendable para los
textos largos.

⁷⁶ SERREL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 201-202.

⁷⁷ RUDER, E.: *Manual de diseño tipográfico*. México, 1992, p. 41.

⁷⁸ MORALES MIRANDA, J.: *Guía práctica para la interpretación del patrimonio: el arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*. Sevilla, 2001, p. 232.

- Justificado: puede ser muy legible si el diseñador asegura que el espacio entre letras y palabras sea uniforme y no interrumpen el curso del texto. Se emplea frecuentemente por el aspecto ordenado que otorga al texto y por la familiaridad que tenemos con este tipo de alineación por los libros. Sin embargo, muchos autores no lo recomiendan porque crea un efecto visual de bloque monótono y agrega espacios adicionales entre las palabras si es necesario para que el bloque de texto quede alineado en ambos márgenes (ver ejemplo 22).⁷⁹

Ejemplo 22:

Este texto está justificado.
Esto significa que está
alineado a los dos lados. Es
muy ordenado, pero puede
dar un efecto monótono y
producir huecos
irregulares entre las
palabras.

- Alineación centrada: dan al texto una apariencia muy formal y son adecuadas cuando se usan mínimamente, deben evitarse grandes extensiones de texto (ver ejemplo 23).

Ejemplo 23:

Este bloque de texto
posee una alineación
centrada. Debe evitarse
en escritos extensos.

- Alineación asimétrica: se usan cuando el diseñador desea romper el texto en unidades de pensamiento lógicas, o para dar a la página un aspecto más expresivo. Este tipo de alineación cansa mucho al lector.

Resulta curioso que algo tan simple e imperceptible a primera vista, como hacer coincidir el final de las líneas con el final natural de las oraciones facilita

⁷⁹ MORALES MIRANDA, J.: *Guía práctica para la interpretación del patrimonio: el arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*. Sevilla, 2001, p. 232; HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 182.

considerablemente la lectura del texto. Sin embargo, no es un detalle que suela cuidarse en los museos.⁸⁰

Antes de finalizar la maquetación se deben revisar pormenorizadamente los pequeños detalles como las palabras sueltas (viudas y huérfanas), partículas colgando al final de las líneas (artículos, pronombres o palabras muy cortas) o las palabras divididas por guión porque ralentizan y entorpecen la lectura.⁸¹

1.6. Visibilidad

La visibilidad es un factor imprescindible para la lectura de los textos. Su importancia no simplemente radica en que la iluminación puede afectar mucho al poder de atracción de un texto,⁸² sino que en un extremo si un texto no se ve correctamente porque no está bien iluminado o el texto no está convenientemente contrastado con el fondo, no podrá leerse.

El nivel de iluminación debe ser el suficiente como para que los visitantes puedan leer sin sobreesfuerzo,⁸³ sin provocar sombras en el panel al colocarse delante de él para leerlo⁸⁴ y teniendo muy en cuenta a las personas con problemas de vista. ¿Sabían que en los 44 países miembros de la Unión Europea existe un total de 30 millones de personas ciegas o deficientes visuales?⁸⁵

El contraste entre el texto y el fondo también es un factor que condiciona notablemente tanto la visibilidad como la atención. Todos los expertos coinciden en la necesidad de proporcionar un fuerte contraste entre la letra y fondo.⁸⁶ Algunos autores⁸⁷ insisten en

⁸⁰ EKARV, M. (1986/1987) citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 171.

⁸¹ RAYNER, A. (1998) citado en "Access in Mind", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 5; SERREL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 198-199.

⁸² PUNT, B. (1989) citado en JOHNSON, D.: "Practical guidelines for developing interpretive labels", en *Visitor Behavior*, vol. XI, Nº 4, 1996, p. 7.

⁸³ MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Guidelines", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 2; BITGOOD, S.: "The ABCs of label design", en *Visitor studies: Theory, research and practice*, vol. 3, 1990, p. 120

⁸⁴ MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Guidelines", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 2; SERREL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 27-28.

⁸⁵ ORGANIZACIÓN NACIONAL DE CIEGOS DE ESPAÑA: "Dossier de Prensa: Investigación, desarrollo y tecnología: claves en la mejora de la calidad de vida de ciegos y deficientes visuales", www.once.es/otros/premios/imasd/docs/dprensa.doc. Consultado el 18/04/2012.

⁸⁶ SMITH (1991) citado en BITGOOD, S.: "The Anatomy of An Exhibit", en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 4, 1992, p. 7; PUNT, B. (1989) citado en JOHNSON, D.: "Practical guidelines for developing interpretive labels", en *Visitor Behavior*, vol. XI, Nº 4, 1996, p. 7.

seguir con el método tradicional, que es emplear el blanco o crudo para el fondo y letra oscura, para conseguir un buen contraste y alcanzar una máxima legibilidad. No obstante, otras combinaciones son también permitidas, siempre y cuando funcionen correctamente para que facilite la lectura. Aparentemente, cuando se añade color a la tipografía o al fondo, se altera la legibilidad del texto. No obstante si es necesario por cuestiones de diseño, el diseñador gráfico tiene la tarea de combinar las propiedades de la tipografía y el color para multiplicar su potencial comunicativo.⁸⁸

Combinaciones de textos de colores claros sobre fondos de color (gris sobre azul o verde claro sobre gris) deberían ser evitados por ejemplo, así como los sombreados pasteles o el texto de colores como el amarillo. Las letras tampoco deben estar superpuestas a un fondo gráfico, a no ser que sea un título en negrita y tenga un contraste de al menos el 70%.⁸⁹ Tampoco se puede olvidar que hay personas que sufren de daltonismo, por tanto hay que impedir que se escriban textos que puedan ser confundidos por sus colores, como el verde o el rojo.⁹⁰

Como última consideración dentro de este apartado, es conveniente puntualizar la importancia de revisar que los objetos de la exposición no obstaculicen la correcta visualización de los textos explicativos (ver ilustración 4).

⁸⁷ MUSEUM OF NEW ZEALAND TE PAPA TONGAREWA: "Writing Effective Interpretive Text", en *He Rauemi resource guides*, 2006; GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 140; SPENCER, H. (1968) citado en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 198.

⁸⁸ BORREL PASTOR, C.: *Los textos en el museo. Análisis de la cartelería de los museos alicantinos*. Alicante, 2008, p. 30; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 189-198.

⁸⁹ RAYNER, A. (1998) citado en "Access in Mind", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 5.

⁹⁰ RAYNER, A. (1998) citado en "Access in Mind", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 5.



Ilustración 4. Pieza que obstaculiza la visualización de un texto expositivo.

Los materiales de los soportes gráficos pueden ser múltiples, pero debe revisarse que la legibilidad no se vea afectada por los mismos. Deben evitarse los que tengan un acabado brillante, como el plástico el acrílico, la pintura brillante o el metal pulido. También es importante revisar que los materiales protectores, como el vidrio o el plástico, porque pueden producir los indeseables brillos que interfieren en la lectura.

1.7. Accesibilidad

A la hora de marcar la ubicación de los paneles gráficos, como ya se ha comentado en el apartado 1.1., hay que tener en cuenta a las personas en silla de ruedas.⁹¹ Su línea de visión desciende a 110 cm aproximadamente del suelo. Este dato hay que tenerlo muy presente, sobre todo para que los paneles que se disponen en un plano horizontal puedan ser leídos correctamente por estas personas sin ninguna dificultad, por tanto, se recomienda siempre colocarlos por debajo de esta cota (ver ilustración 5).

⁹¹ RAYNER, A. (1998) citado en "Access in Mind", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 5; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 27-28.

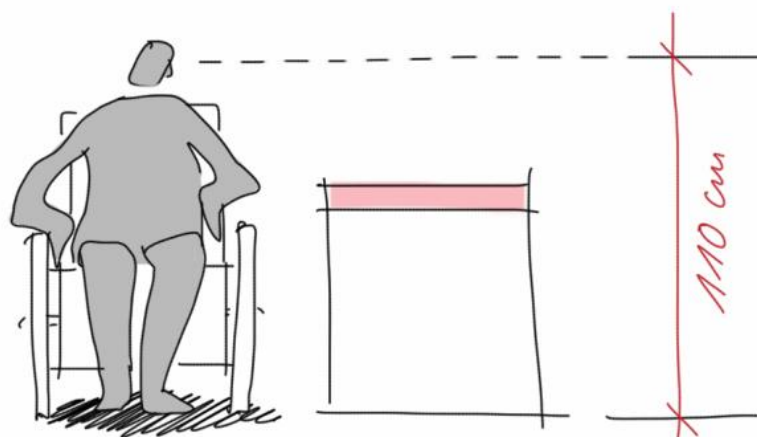


Ilustración 5. Línea media de visión de una persona en silla de ruedas.

Es muy favorable considerar la opción de ofrecer la versión Braille de los textos, ya sea en la misma sala o bien con un folleto adicional, para personas invidentes.⁹² Las audioguías también son un buen complemento para invidentes ya que pueden ayudarles a interpretar aún más los contenidos.

1.8.Estado de conservación

El estado de conservación de los materiales influye crucialmente en la primera impresión del visitante en una exposición. Para prever posibles deterioros es necesario asegurarse previamente de la resistencia y durabilidad tanto del material del soporte como de la calidad de la impresión. Un factor fundamental es la resistencia de los materiales empleados a las condiciones ambientales, contacto físico, vandalismo, etc. Se recomienda utilizar materiales que se limpien con facilidad y que puedan ser reemplazados en caso que sea necesario, porque si los textos no pueden leerse porque están sucios o estropeados el proceso comunicativo habrá fracasado.⁹³

⁹² MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Guidelines", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 2.

⁹³ MORALES MIRANDA, J.: *Guía práctica para la interpretación del patrimonio: el arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*. Sevilla, 2001, pp. 232-233.

2.FACTORES COGNITIVOS

2.1.Jerarquía de información

Los contenidos de una exposición deben haber sido seleccionados y estar perfectamente ordenados en distintos niveles de información.⁹⁴ Pueden existir múltiples variantes dentro de esta distinción de niveles, pero el sistema básico con sus funciones fundamentales puede resumirse de la siguiente manera (ver tabla 3):

Niveles informativos básicos	Propósito
Título de la exposición	<ul style="list-style-type: none">- Atraer la atención- Informar sobre el tema- Identificar
Texto de introducción	<ul style="list-style-type: none">- Introducir el concepto fundamental- Orientar a los visitantes en el espacio expositivo
Texto de unidad temática	<ul style="list-style-type: none">- Interpretar un grupo de piezas- Introducir un subtema
Cartela	<ul style="list-style-type: none">- Interpretar una pieza concreta

Tabla 3. Jerarquía de la información de la exposición en niveles básicos.

A estos niveles básicos pueden sumarse tantos niveles informativos secundarios como el tema lo precise. Incluso las cartelas pueden desglosarse en textos vinculados a las piezas y cartelas únicamente identificativas. Aún así este guión sirve de referente a la hora de plantear la extensión de los textos.

La información debe ser expuesta gradualmente para que el lector pueda introducirse paulatinamente en la materia. Algunos expertos⁹⁵ coinciden en la importancia de

⁹⁴ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 199-200.

⁹⁵ RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI, Maribel: "Taller de Redacción de Textos Expositivos". Asociación Española de Museólogos, IAPH, Sevilla, 2011; MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Writing techniques", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 3; GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 132; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 84-91.

mantener una estructura clara y evidente, acentuada también por la ubicación de los paneles y la jerarquía gráfica (ver ilustración 6) (ver apartados 1.1. y 1.2.).

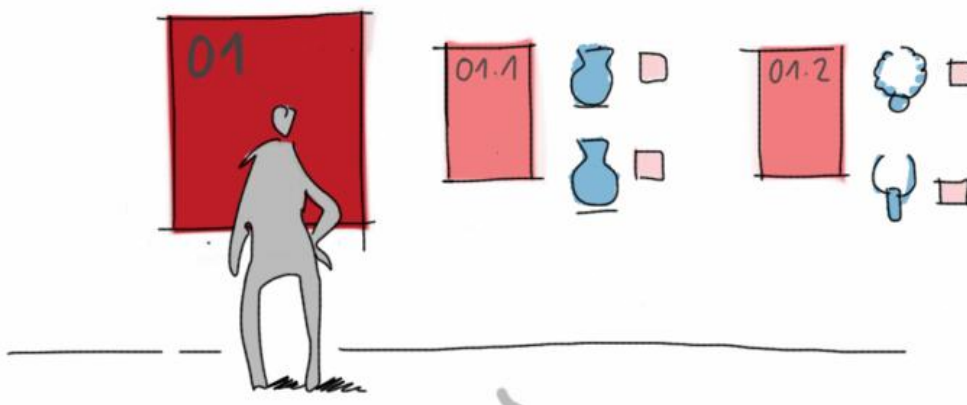


Ilustración 6: Jerarquía básica de la información (texto introductorio, textos de unidad temática y cartelas).

Dentro de estos niveles también es posible realizar una jerarquización interna de la información que contienen, y por este motivo los teóricos animan a los redactores a emplear títulos y subtítulos para el texto explicativo. Éstos permiten ordenar la información, atraer la atención del lector e introducen las ideas fundamentales rápidamente. Facilita una lectura rápida y permite que el visitante pueda elegir cuál es el grado de profundización al que quiere llegar:⁹⁶

- Nivel I: título. Consciencia sobre el tema.
- Nivel II: subtítulo. Consciencia sobre los componentes del mensaje.
- Nivel III: texto explicativo. Detalles selectos.

2.2. Legibilidad

La legibilidad es el conjunto de características lingüísticas del texto escrito que permiten comprenderlo con facilidad. Muchos parámetros influyen, como son la familiaridad del lector con el tema, el largo de las oraciones, la sintaxis, las palabras empleadas, etc.

⁹⁶ HAM, S.H.: *Interpretación ambiental. Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños*. Colorado, 1992, p. 245.

Existen varias recomendaciones básicas, como por ejemplo, un texto no debería contener de media más de 130 o 150 sílabas por cada 100 palabras⁹⁷ y no utilizar más de 15 palabras por frase.⁹⁸ Aunque es necesario ser flexibles en este tema, porque la longitud de las oraciones debe variar deliberadamente dependiendo del valor intrínseco de la pieza. Si se trata de una pieza especial o apoya una idea fundamental del discurso expositivo las frases que los describen pueden ser algo mayor. La frase más larga puede tener 25 palabras y la más corta dos o tres. El intermedio está entre 10 y 15 palabras, pero más de 30 dificulta la comprensión.⁹⁹

Según algunos expertos¹⁰⁰ también debe cuidarse la estructura de las frases para que el orden sintáctico sea el normal y favorezca la legibilidad del texto. Un error común es el empleo de oraciones complejas que intentan comprimir demasiados conceptos. Se expresan demasiadas ideas en una frase. El uso excesivo de comas, como herramienta para incluir demasiada información, provoca confusión. El resultado final es que el sentido general de la oración se pierde cuando el lector intenta llegar a los detalles.

No existe un parámetro exacto que nos permita juzgar la legibilidad de un texto, pero si existen diferentes fórmulas matemáticas que ayudan a determinar el grado de dificultad de lectura y comprensión de un texto. Las pruebas de legibilidad basan su clasificación en el número medio de sílabas por palabra y palabras por oración. Entre algunas de estas pruebas destacan la Fórmula Flesh, la Fórmula Farr, la Fórmula Gunning y la Fórmula Fly entre otras. De acuerdo con estos test de facilidad de lectura, si rebajas la longitud de las oraciones y el número de palabras multisilábicas, el texto será más fácil de leer.

Rudolph Franz Flesch (1911-1986) fue un destacado científico que desarrolló una de estas fórmulas de análisis de la legibilidad lingüística para la lengua inglesa. Se han

⁹⁷ JOHNSON, D.: "Practical guidelines for developing interpretive labels", en *Visitor Behavior*, vol. XI, Nº 4, 1996, p. 6.

⁹⁸ GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 140; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, p. 201.

⁹⁹ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, p. 84-91.

¹⁰⁰ GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 141; MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Writing techniques", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 3; HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 171-173; YENAWINE, P.: "Cómo escribir para los visitantes adultos de los museos", en *Visual Understanding in Education*, 1997, p. 8; EKARV, M. (1986/1987) citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 171; FISMAN, D.: "Textos amigables en museos y escuelas: criterios compartidos", <http://es.scribd.com/doc/32381885/Dina-Fisman-Textos-Amigables-en-Museos-y-Escuelas>. Consultado el 28/11/2011.

realizado sucesivos intentos de validación de la Fórmula de Flesch para la lengua española, siendo la Fórmula de Perspicuidad de Szigriszt-Pazos (1993) la que puede considerarse de referencia en el momento actual para la lengua española.¹⁰¹ Con posterioridad esta validación ha sido completada por otros estudios científicos, concretamente dedicados al análisis de legibilidad en el ámbito medicinal, que han permitido una validación más apropiada de la Escala de nivel de Perspicuidad de Szigriszt, denominada Escala INFLESZ.¹⁰²

El análisis se realiza con la siguiente fórmula:

$$\text{INFZ} = 206.835 - 62.3 \times (\text{sílabas totales} / \text{palabras totales} - \text{palabras totales} / \text{frases totales del texto})$$

Los resultados obtenidos de analizar los textos en la fórmula se traducen en acuerdo a la siguiente tabla (ver tabla 4):

Puntos	Grado
0-40	Muy difícil
40-55	Algo difícil
55-65	Normal
65-80	Bastante fácil
+80	Muy fácil

Tabla 4. Grados de legibilidad de un texto según la Escala INFLESZ.

A pesar de todos estos métodos que nos permiten valorar la legibilidad de un texto, no hay que perder de vista al texto en sí. Coxal y McManus, hay que ser más consciente del hecho de que el lenguaje comunica valores y tópicos. Ambos se muestran reticentes ante el uso de índices de legibilidad para analizar el texto, pues sólo se concentran en la

¹⁰¹ UNIVERSIDAD DE ALICANTE: “Accesibilidad Web”, <http://accesibilidadweb.dlsi.ua.es/?menu=hr-legibilidad>. Consultado el 20/02/2012.

¹⁰² CANTALEJO BARRIO, I.M.: *Legibilidad y salud*. Tesis doctoral, Madrid, 2007; LEGIBILIDAD.COM: “Legibilidad”, www.legibilidad.com. Consultada el 22/02/2012.

forma y no en el contenido de los textos.¹⁰³ Es recomendable consecuentemente releer en sucesivas ocasiones los textos para comprobar si las palabras y la redacción son las más apropiadas y claras para el público.

2.3.Léxico empleado

Este apartado está en estrecha relación con el anterior, pero se ha decidido estudiarlo independientemente por la importancia que tiene en la comunicación del discurso expositivo. La mayoría de los expertos consultados desaconsejan utilizar terminología o tecnicismos en un texto expositivo porque puede repeler el interés del lector. Insisten en que si es estrictamente necesario emplear este vocabulario especializado, deberá ser en un contexto donde se explique su significado. El vocabulario empleado en un museo debe ser lo más próximo posible al estilo coloquial. Pero escribir claro no significa escribir de forma simple, sino escribir para gente que no es experta en esa materia.¹⁰⁴

Hay conservadores, arqueólogos y asesores científicos que están desesperados por comunicar, pero son incapaces de convertir su conocimiento en un lenguaje accesible.¹⁰⁵

El redactor experto debe hacer un esfuerzo considerable por ponerse en el papel del lector, y traducir todo ese contenido científico en una narración cordial, que se exprese de una manera llana y familiar, sin perder por supuesto el rigor científico.

Beverly Serrell señala un método manual que puede ser de gran utilidad a la hora de hacer una evaluación orientativa del nivel del vocabulario de las redacciones. Este

¹⁰³ MCMANUS, P.M.: *Archaeological displays and the public. Museology and Interpretation*. London, 2000, p. 104; COXAL, H. (1991) citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 169.

¹⁰⁴ RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI, M.: "Taller de Redacción de Textos Expositivos". Asociación Española de Museólogos, IAPH, Sevilla, 2011; MUSEUM OF NEW ZEALAND TE PAPA TONGAREWA: "Writing Effective Interpretive Text", en *He Rauemi resource guides*, 2006, p. 11; TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona, 2006, p. 50; BLUNDEN, J.: "Dumbing down for museum audiences – necessity or myth?", en *The Fine Print*, Nº 3, 2006; MCMANUS, P.M.: *Archaeological displays and the public. Museology and Interpretation*. London, 2000, p. 102; GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 148; MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Writing techniques", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 3; HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 172; YENAWINE, P.: "Cómo escribir para los visitantes adultos de los museos", en *Visual Understanding in Education*, 1997, p. 9; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 27-28; SCREVEN, C.G.: "Motivating visitors to read labels", en *ILVS Review*, vol. 2, Nº 2, 1992, p.194; COXAL, H. (1992) citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 187; FISMAN, D.: "Textos amigables en museos y escuelas: criterios compartidos", <http://es.scribd.com/doc/32381885/Dina-Fisman-Textos-Amigables-en-Museos-y-Escuelas>. Consultado el 28/11/2011.

¹⁰⁵ VELARDE, G.: "Comments from leading consultants...", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 8.

método consiste en subrayar en el texto todas las palabras que se consideren de nivel superior a sexto curso de primaria, y comprobar si eliminando esas palabras de la lectura se entiende el mensaje global del texto. Aunque este método puede ser un buen indicador, tampoco se puede olvidar que no se recomienda usar exclusivamente un vocabulario para chicos de doce o trece años. Esto hace que los textos sean menos interesantes, menos coloridos e interpretativos. Está bien apuntar a este nivel, pero no esclavizarse a él.¹⁰⁶

2.4. Técnicas de estimulación lectora

Los expertos en la interpretación del patrimonio coinciden en que los textos interpretativos son aquellos que cuentan historias; son narraciones que dan vida a los elementos expuestos, no listas de hechos. Sirven para explicar, guiar, preguntar, informar o provocar, de forma que inviten a la participación y estimulen a los lectores a conocer más los elementos que en esa exposición se muestran.¹⁰⁷

A continuación se desarrollan algunos de los aspectos fundamentales que pueden ayudar a la hora de redactar textos expositivos para alcanzar el objetivo fundamental de conectar con el espectador e involucrarlo en la exposición:

- Se insiste repetidamente en la importancia de emplear una voz atractiva, elocuente y natural. Lo que Serrell denomina un “*texto amigable*”.¹⁰⁸ Debe evitarse un registro tan formal, impersonal y académico que resulte autoritario o pedante. De igual modo, un registro excesivamente infantil, puede parecer simplista y condescendiente.¹⁰⁹

¹⁰⁶ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, p. 27-28.

¹⁰⁷ RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI, M.: “Taller de Redacción de Textos Expositivos”. Asociación Española de Museólogos, IAPH, Sevilla, 2011; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, p. 9; LOOMIS, R. (1983) citado en SCREVEN, C.G.: “Motivating visitors to read labels”, en *ILVS Review*, vol. 2, Nº 2, 1992.

¹⁰⁸ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, p. 83.

¹⁰⁹ RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI, M.: “Taller de Redacción de Textos Expositivos”. Asociación Española de Museólogos, IAPH, Sevilla, 2011; MCMANUS, P.M.: *Archaeological displays and the public. Museology and Interpretation*. London, 2000, p.102; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 112-114; COXAL, M. (1992) citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p.187; RAND, J.: *Fish stories that hook readers: Interpretive graphics at the Monterey Bay Aquarium*. Technical Report, 1985, p. 25.

- Una regla aceptada en periodismo escrito defiende que para el lector, es, en principio, más rápido y fácil de interpretar un enunciado afirmativo a uno negativo.¹¹⁰
- Es de vital importancia escribir los textos con el objeto de modificar la esencia de la información desde lo académico a lo cotidiano, para que tenga sentido y pueda equipararse con la experiencia del espectador. La familiaridad con la materia y las exhibiciones que relatan historias facilitan su comprensión y son las preferidas por el público.¹¹¹ *“Cualquier interpretación que de alguna forma no relacione lo que se muestra o describe con algo que se halle en la personalidad o en la experiencia del visitante, será estéril.”*¹¹² Un buen ejemplo son las ánforas romanas. El público las reconoce como objetos de arte, aunque en realidad son el antecedente de los actuales tetra-brik. Éstos recipientes cerámicos fueron contenedores de líquidos y alimentos, económicos, apilables y desechables. Empleando este sistema resulta una desmitificación curiosa e impactante, y además el concepto será masivamente comprendido.¹¹³
- Las piezas de una exposición son casi siempre el resultado de procesos sociales. En algunos museos las piezas se ubican en un entorno neutral y objetivo, con lo que las relaciones sociales que están en la esencia de esos objetos pasan inadvertidas.¹¹⁴ Para contextualizar estos objetos se puede emplear un estilo de redacción sugerente e imaginativa que le de vida al texto e introduce al lector en la temática.¹¹⁵ El uso de verbos en voz activa y las palabras extraídas de la

¹¹⁰ VIGARA, A.: *Libro de estilo de ABC*. 2001, p. 162.

¹¹¹ RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI, M.: “Taller de Redacción de Textos Expositivos”. Asociación Española de Museólogos, IAPH, Sevilla, 2011; BLUNDEN, J.: “Dumbing down for museum audiences – necessity or myth?”, en *The Fine Print*, Nº 3, 2006, p. 6; MUSEUM ASSOCIATION et al.: “Writing techniques”, en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 3; HAM, S.H.: *Interpretación ambiental. Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños*. Colorado, 1992, pp. 250-251; FISMAN, D.: “Textos amigables en museos y escuelas: criterios compartidos”, <http://es.scribd.com/doc/32381885/Dina-Fisman-Textos-Amigables-en-Museos-y-Escuelas>. Consultado el 28/11/2011.

¹¹² TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona, 2006, p.36.

¹¹³ ESPINOSA RUIZ (2008, en prensa) citado en BORREL PASTOR, C.: *Los textos en el museo. Análisis de la cartelería de los museos alicantinos*. Alicante, 2008, p. 42.

¹¹⁴ RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI, M.: “Taller de Redacción de Textos Expositivos”. Asociación Española de Museólogos, IAPH, Sevilla, 2011; HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 158.

¹¹⁵ RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI, M.: “Taller de Redacción de Textos Expositivos”. Asociación Española de Museólogos, IAPH, Sevilla, 2011; MCMANUS, P.M.: *Archaeological displays and the public. Museology*

experiencia de las personas en situaciones reales tienen una gran intensidad e inmediatez.¹¹⁶

- Muchos autores insisten en comenzar los textos con la información directamente relacionada con lo que los visitantes pueden ver, sentir, hacer, oler o experimentar.¹¹⁷ Lo ideal es que estos textos dirijan a la audiencia, con una observación guiada, que anime al visitante a mirar detalles de la pieza expuesta. Este método ayuda al visitante a entender el significado y la utilidad para el cual fueron realizados los objetos expuestos.¹¹⁸ Por ejemplo, “*Si miras de cerca el fósil, tu puedes comprobar...*”, pero hay que tratar de evitar excederse porque a los visitantes no les gustan las formas autoritarias de interacción del tipo “*Haz esto*”.¹¹⁹ Hay que recordar que las personas que visitan los museos fundamentalmente buscan entretenimiento, no instrucción.¹²⁰
- Según la opinión de algunos autores y varios experimentos, emplear preguntas en los títulos, encabezamientos o textos, parece ser una técnica muy efectiva para estimular el interés del lector.¹²¹ Haciendo preguntas es posible incitar a los visitantes a pensar, mirar, participar y aprender¹²² y pueden servir también para dirigir la atención hacia algo, para centrar el argumento o para preparar la

and Interpretation. London, 2000, p.103; BITGOOD, S.: “The ABCs of label design”, en *Visitor studies: Theory, research, and practice*, vol. 3, 1990, p. 123.

¹¹⁶ MUSEUM ASSOCIATION et al.: “Writing techniques”, en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 3; HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 165.

¹¹⁷ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 84-91.

¹¹⁸ YENAWINE, P.: “Cómo escribir para los visitantes adultos de los museos”, en *Visual Understanding in Education*, 1997, p. 8; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 27-28; MUSEUM ASSOCIATION et al.: “Guidelines”, en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 2; FISMAN, D.: “Textos amigables en museos y escuelas: criterios compartidos”, <http://es.scribd.com/doc/32381885/Dina-Fisman-Textos-Amigables-en-Museos-y-Escuelas>. Consultado el 28/11/2011.

¹¹⁹ MCMANUS, P. (1989) citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición, un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 148.

¹²⁰ TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona, 2006, p. 61.

¹²¹ MUSEUM ASSOCIATION et al.: “Writing techniques”, en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 3; LITWAK, J.M.: “Using questions as titles on museum exhibit labels to direct visitor attention and increase learning”, en *Visitor Behavior*, vol. XI, Nº 2, 1996, p. 20; SCREVEN, C.G.: “Motivating visitors to read labels”, en *ILVS Review*, vol. 2, Nº 2, 1992, p. 198; BITGOOD, S.: “The ABCs of label design”, en *Visitor studies: Theory, research, and practice*, vol. 3, 1990, p. 124; SCREVEN, C.G. (1988) citado en BITGOOD, S.: “The Anatomy of An Exhibit”, en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 4, 1992, p. 7; RAND, J. (1985) citado en BITGOOD, S.: “Practical guidelines for developing interpretive labels”, en *Visitor Behavior*, 11(4) 4-7, 1996.

¹²² SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 105-109.

atención del lector.¹²³ Antes de elaborar el texto conviene saber que hay buenas y malas preguntas. Hay que intentar anticiparse para averiguar qué es lo que los visitantes quieren saber y en qué orden quieren saberlo. Pero sobre todo es importante que la respuesta a la pregunta se encuentre en el párrafo siguiente, en una oración corta porque es frustrante para el visitante no encontrar las respuestas o que sea excesivamente obvia.¹²⁴ También parece que los visitantes prefieren que les formulen preguntas abiertas como “¿Qué piensas que come este animal?” a preguntas cerradas del tipo “Esto es un depredador, ¿no?”.¹²⁵ Proveer información respondiendo a preguntas comunes, puede servir igualmente para corregir ideas erróneas preconcebidas,¹²⁶ aunque tampoco es positivo abusar de esta herramienta, ya que pueden convertirse en molestos e insultante si se emplean en todos los textos.¹²⁷

- Una cita puede ser muy eficaz para cautivar y contextualizar la pieza en la mente de un lector. Aún así, las que son innecesarias e irrelevantes enseñan rápidamente a los lectores a no prestarles atención. Este ejemplo demuestra una fórmula curiosa de introducir al visitante en el inicio de la Guerra de la Independencia de los Estados Unidos de América:¹²⁸

Formación de los milicianos

19 de abril de 1775. Mantened la formación. No disparéis a menos que os disparen. Pero si lo que quieren es una guerra que comience aquí y ahora.

Capitán Parker

¹²³ GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 143.

¹²⁴ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 105-109.

¹²⁵ MCMANUS, P.M.: “Oh yes, they do: how museum visitors read labels and interact with exhibit texts”, en *Curator*, vol. 32, Nº 3, 1989, pp. 180-181.

¹²⁶ RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI, M.: “Taller de Redacción de Textos Expositivos”. Asociación Española de Museólogos, IAPH, Sevilla, 2011; RAND, J. (1985) citado en BITGOOD, S.: “Practical guidelines for developing interpretive labels”, en *Visitor Behavior*, 11(4) 4-7, 1996, p. 4; FISMAN, D.: “Textos amigables en museos y escuelas: criterios compartidos”, <http://es.scribd.com/doc/32381885/Dina-Fisman-Textos-Amigables-en-Museos-y-Escuelas>. Consultado el 28/11/2011.

¹²⁷ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 84-91.

¹²⁸ TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona, 2006, p. 102.

- Presentar la información de forma que favorezca el escaneo rápido del texto con el empleo de enumeración, viñetas o subrayado, generalmente da como resultado una comunicación efectiva.¹²⁹
- El humor es una de las cualidades más delicadas de la redacción de textos expositivos. De entrada todos coinciden en que debe utilizarse con discreción, refinamiento y adecuación. El humor, traducido en reflexiones perspicaces y giros inesperados, resulta atractivo para la mayoría de la gente. Debe ser usado con cuidado, ya que es subjetivo y es muy difícil encontrar un estándar de humor universal.¹³⁰
- Por último Beverly Serrell opina sobre la conveniencia de tener un final impactante. *“Hay que premiar a los lectores que lo han leído todo. Esto les invitará a seguir leyendo”*.¹³¹

2.5.Relación con lo expuesto

Para que el mensaje íntegro de una exhibición llegue correctamente al receptor, es imprescindible que todos los componentes de la exposición trabajen para cumplir ese objetivo. Los textos vinculados a las piezas, tanto cartelas como textos explicativos, deben ayudar a que el visitante logre integrar esa colección expuesta en la historia que los paneles gráficos de la sala revelan. Debe existir una estrecha vinculación entre la pieza y el texto. Esta relación debe ser forjada tanto conceptualmente por el contenido del texto, como físicamente por la cercanía del panel al objeto.

No se puede esperar que un visitante conozca la asociación entre la materia de la exposición y la pieza si el texto no ayuda a interpretarla en su contexto histórico. El contenido de los textos debe guardar relación directa con las piezas expuestas. Las ilustraciones que acompañan al texto son un buen recurso para ayudar al visitante a

¹²⁹ MUSEUM OF NEW ZEALAND TE PAPA TONGAREWA: “Writing Effective Interpretive Text”, en *He Rauemi resource guides*, 2006, p. 8; MORALES MIRANDA, J.: “Bases para la capacitación en interpretación del patrimonio”, en *Boletín de Interpretación*, Nº 12, 2005; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 27-28; HALL, M. (1988), y KOOL, R. (1985) citados en BITGOOD, S.: “The Anatomy of An Exhibit”, en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 4, 1992, p. 7.

¹³⁰ MUSEUM OF NEW ZEALAND TE PAPA TONGAREWA: “Writing Effective Interpretive Text”, en *He Rauemi resource guides*, 2006, p. 13; TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona, 2006, p. 109; SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 84-91.

¹³¹ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 84-91.

entender rápidamente su utilidad original y así ubicarlos en el contexto¹³² (ver ilustración 7).

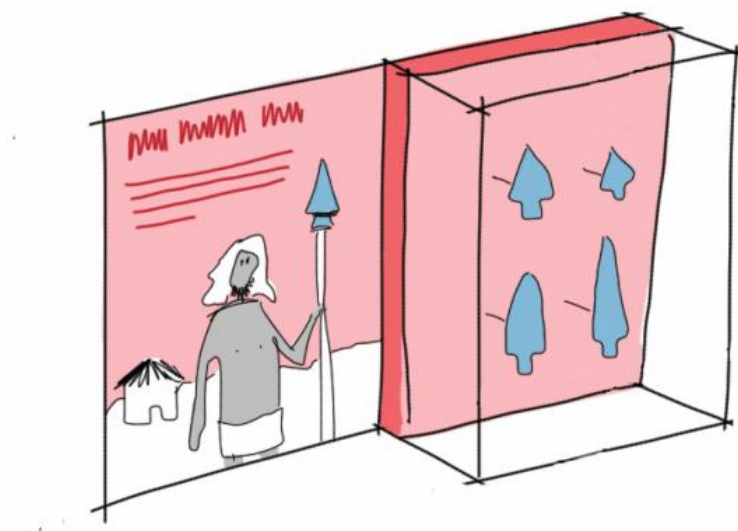


Ilustración 7. Relación del texto explicativo y de la ilustración con los objetos expuestos.

Debido a la evidente vinculación que existe con los textos expositivos y los elementos gráficos, se han extraído algunas consideraciones básicas que pueden ser muy prácticas:

- Las imágenes tienen que apoyar las palabras del texto que acompañan. Cuando no hay conexión entre lo que el visitante ve y lo que las palabras dicen, el texto deja de quererle leer y comprender.¹³³ Los elementos superfluos distraen y compiten con las piezas. Hay que evitar los medios gráficos destinados a ambientar, porque el visitante no puede diferenciar fácilmente estos elementos decorativos con las imágenes que tienen mensaje en la exposición e interfieren en la comprensión del mismo.
- Se recomienda hacer referencias en el texto a las cualidades visibles u otras cualidades sensoriales del objeto expuesto, como el tamaño, la textura y color, y también se pueden hacer comparaciones con otros objetos para animar a los

¹³² RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI, M.: "Taller de Redacción de Textos Expositivos". Asociación Española de Museólogos, IAPH, Sevilla, 2011; MCMANUS, P.M.: *Archaeological displays and the public. Museology and Interpretation*. London, 2000, p. 103; BITGOOD, S.: "The ABCs of label design", en *Visitor studies: Theory, research, and practice*, vol. 3, 1990, p. 124; BITGOOD, S. et al.: *Effects of labels characteristics on visitors behavior*. Technical Report, Nº 86-55, 1986, p. 6.

¹³³ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp. 147-149, 161-162.

visitantes a usar su poder de observación y relación.¹³⁴ Esto no significa que se deba hacer una descripción exhaustiva de la pieza, porque sería redundante, sino invitar al espectador a contemplar las piezas a través de sus detalles y acercarse al mismo tiempo a su contexto.

- Hay que buscar las imágenes perfectas para ilustrar correctamente las historias.¹³⁵ Al seleccionar estas imágenes hay que prescindir de emplear ilustraciones del proceso de elaboración del discurso científico, por ejemplo un corte estratigráfico de un yacimiento, porque se produce un fenómeno de descontextualización. La imagen científica ha sido elaborada con un fin científico concreto, y en muchos casos no son decodificables por la persona desconocedora del tema expuesto.¹³⁶ Para ayudar a entender la pieza expuesta la ilustración deben representar objetos reconocibles. No deben presentar detalles inútiles y su interpretación debe ser directa, no ambigua. Hay que plantearse si la imagen seleccionada ayuda a explicar el objeto o si ellas mismas deben ser explicadas.¹³⁷
- Los medios gráficos son un sistema muy práctico para conseguir la comprensión de los objetos. Su versatilidad permite múltiples opciones, como por ejemplo reconstruir o reintegrar partes de una pieza que permitan su visualización íntegra. Una imagen realista de un entorno, permite a su vez la explicación de los objetos en su contexto.¹³⁸

La alianza física se realiza colocando los textos lo más cercano posible a los objetos con los que están relacionados, porque está demostrado que acercando más los textos a las piezas se aumenta el número de lectores.¹³⁹

¹³⁴ MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Writing techniques", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 3.

¹³⁵ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, pp.147-149.

¹³⁶ JACOBI, D. (1989) citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 152.

¹³⁷ RICHAUDEU, F. (1981) citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 154.

¹³⁸ MCMANUS, P.M.: *Archaeological displays and the public. Museology and Interpretation*. London, 2000, p. 103; GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 152.

¹³⁹ MCMANUS, P.M.: *Archaeological displays and the public. Museology and Interpretation*. London, 2000, p. 103; MUSEUM ASSOCIATION et al.: "Guidelines", en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 2; BITGOOD, S.: *Knowing when exhibit label work: standardized guide for evaluating and improving labels*. Technical Report, Nº 87-90, 1987, p. 4.

La distancia óptima entre el texto y el objeto expuesto para captar la atención del visitante debe ser de 150 cm.¹⁴⁰ Recapitulando, se puede concluir que el texto debe poder leerse al mismo tiempo que se observan las piezas o el yacimiento sin cambiar de posición.

Otro curioso apunte que hace Serrell es que si una pieza se ha retirado de la exposición por préstamo o restauración, pero en cambio la cartela sigue allí, es conveniente poner en el lugar del objeto una fotografía.¹⁴¹

2.6. Guía de estilo

Todo texto destinado a publicarse en el espacio de una exposición debe estar pulido lingüísticamente para optimizar la claridad, corrección, eficacia y accesibilidad del mensaje. El lenguaje es el instrumento con el que trabaja el redactor, y contribuye a su refinamiento o degradación en función a su uso, por eso es grande la responsabilidad lingüística de quienes escriben para un público amplio de personas.

El lenguaje está sufriendo en las últimas décadas un progresivo deterioro, y para evitarlo dentro de un ámbito cultural el escritor tiene el compromiso de cuidar sus hábitos lingüísticos esforzándose por encontrar una homogeneidad de criterios idiomáticos. A parte de las reglas básicas de ortografía y gramática, igualmente el empleo de mayúsculas, minúsculas, cursivas, entrecomillados, paréntesis, guiones, números, fechas, abreviaturas, siglas, apodos, pseudónimos y un largo etcétera, debe ser uniformado estrictamente en la globalidad de los textos de un conjunto expositivo.

Para proporcionar esta consonancia ortográfica y gramatical es preciso aplicar rigurosamente los reglamentos de un manual de estilo. Los expertos e investigadores de la rama de periodismo han trabajado intensamente para ofrecer esta herramienta de útil naturaleza y es sencillo localizar guías de estilo propias de determinados periódicos y agencias con diversidad de propuestas. (Agencia AP, Agencia EFE y diarios *el País*, *la Vanguardia* y el ABC).¹⁴²

¹⁴⁰ BITGOOD, S.: *Knowing when exhibit label work: standardized guide for evaluating and improving labels*. Technical Report, Nº 87-90, 1987, p. 10; BITGOOD, S. et al.: *Effects of labels characteristics on visitors behavior*. Technical Report, Nº 86-55, 1986, p. 6.

¹⁴¹ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, p. 27-28.

¹⁴² BARCIA, P.L.: "La lengua en los medios orales de comunicación", [www.rae.es/rae/gestores/gespub00001.nsf/\(voAnexos\)/arch18BD3C5B18873406C12571850038275B/\\$](http://www.rae.es/rae/gestores/gespub00001.nsf/(voAnexos)/arch18BD3C5B18873406C12571850038275B/$)

Estos libros de estilo ofrecen a los comunicadores mediático las consideraciones generales de ortografía y gramática con las instrucciones precisas que hacen posible la correcta utilización del lenguaje. Son prácticos pero sin olvidar que los textos que se han de trabajar no son periodísticos sino expositivos. Por tanto y para finalizar lanzo esta pregunta ¿no sería recomendable elaborar una guía de estilo dedicada específicamente a los textos expositivos?

3.ANEXO

3.1.Otros medios de comunicación

A pesar de dedicarse este trabajo al estudio específico de los textos dentro del espacio expositivo no se ha querido dejar de mencionar el resto de soportes comunicativos de la exposición. Todas estas formas complementarias de interpretación sirven para ofrecer al visitante más profundidad en los contenidos de la exposición, y permiten que los textos de sala se mantengan tan breves como deben ser.¹⁴³ Entre los recursos más frecuentes es posible distinguir:

- Folletos informativos.
- Catálogos.
- Otras publicaciones.
- Hojas de sala.
- Paneles con solapa (manipulativos).
- Audiovisuales.
- Grabaciones de audio.
- Interactivos.
- Maquetas.
- Dioramas.
- Audioguías.
- Visitas guiadas.
- Talleres y cuadernos didácticos.
- Página web.

FILE/Barcia.htm. Consultado el 14/04/2012; MINISTERIO DE EDUCACIÓN: “Los manuales de estilo”, www.recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque5/pag8.html. Consultado el 14/04/2012.

¹⁴³ SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996, p. 34.

Cada uno de estos recursos convendría ser estudiados individualmente para alcanzar los niveles óptimos de comunicación dentro de ámbito expositivo. Hay que hacer especial mención en este punto a los avances en las nuevas tecnologías que han proporcionado a los museos una fructífera posibilidad de transmitir contenidos de forma atractiva y eficaz. Por la densidad y riqueza del tema resulta ineludible continuar la investigación en estudios específicos para cada uno de estos recursos para la mejora de los espacios expositivos.




3.3.Fichas de análisis de los museos y conjuntos arqueológicos

De acuerdo con los factores anteriormente expuestos, a continuación se adjuntan las fichas de análisis de los textos de los museos y conjuntos arqueológicos seleccionados de Andalucía. Los resultados se expresan en tantos por cientos, seguidos de la cuantificación real que permite valorar con mayor objetividad los datos obtenidos. Por ejemplo, (7/9) son siete textos de los nueve que componen el conjunto analizado.

Para facilitar la comprensión de los datos, he intentado ofrecer resultados globales, no obstante, en algunas ocasiones he estimado conveniente separar por grupos de texto o por niveles informativos, porque pretendo resaltar algún matiz concreto que se difuminaría en el estudio del conjunto. Sirva de muestra el caso presentado en el museo de Úbeda, donde he diferenciado entre los textos de introducción y de unidades temáticas, de los textos vinculados a las piezas, ya que presentan características diferentes que deben ser analizados independientemente.

En el último apartado de cada ficha, se adjuntan las imágenes de referencias que se han considerado necesarias para demostrar los comentarios del análisis realizado. En el recuadro izquierdo aparecen expresados a modo de listado los detalles a los que cada imagen hace referencia, y éstas se disponen ordenadamente, en el recuadro del margen derecho, de izquierda a derecha y de arriba abajo.

Esta información me ha servido de base para extraer unos resultados generales y una valoración que se presentan en el apartado de conclusiones. Los datos se verán igualmente expresados a través de tantos por ciento y de la cuantificación real. En este caso, se han contabilizado por separado los espacios expositivos de los yacimientos arqueológicos, resultando un total de diez ámbitos analizados.

ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 1	
FICHA DE INTRODUCCIÓN		Denominación: museo arqueológico	
1. IDENTIFICACIÓN	Código de Registro: 01.1		
1.1 Nombre	Museo de Almería		
1.2 Localización	Carretera de Ronda, 91 C.P. 04005 Almería		
1.3 Contacto	Teléfono: 950 17 55 10 Fax: 950175540 Correo electrónico: museoalmeria.ccul@juntadeandalucia.es Página Web: http://www.juntadeandalucia.es/cultura/museos/MAL/?Ing=es		
1.4 Director actual	Dña. Ana Navarro Ortega		
1.5 Imágenes del edificio	1.6 Plano del espacio expositivo		
 			

2. DATOS GENERALES DEL MUSEO ARQUEOLÓGICO

2.1 Presentación del museo arqueológico	<p>El moderno edificio del museo de Almería es obra de los arquitectos Ignacio García Pedrosa y Ángela García de Paredes. El desarrollo temático del museo se centra fundamentalmente en las sociedades que habitaron el sureste peninsular durante el III y II milenio antes de nuestra era: Los Millares y El Argar, dedicándoles las dos primeras plantas del edificio. Destacan los ricos ajuares funerarios y elementos simbólicos de los Millares. De la sociedad argárica predominan diversos ejemplos de su característica cerámica y los conjuntos funerarios del emblemático poblado de Fuente Álamo. La tercera planta presenta dos salas, la primera dedicada a la sociedad romana y comercio en el sureste 206 a.C.-409. Tiene un papel central la escultura llamada <i>El Baco de Chiriviel</i>, junto con numerosos restos que evidencian los años de presencia romana en la provincia. La segunda sala está destinada a albergar los restos de la Almería islámica, como son los de Pechina y la posterior Madinat al-Mariyya.</p> <p>El museo de Almería ha sido galardonado con una mención de honor en los premios 2008 al mejor Museo Europeo del Año. En dicha mención se ha destacado “la sensibilidad que existe para mostrar la prehistoria, así como la elegancia con que se expone el contenido y la poética con el cual se traslada al visitante al pasado”. El Organismo que gestiona el galardón es EMF (European Museum Forum).</p>
2.2 Empresa responsable	<p>GPD (General de Producciones y Diseño, S.A.) www.gpdsa.es</p>
2.3. Fecha de inauguración/renovación/instalación	<p>Marzo de 2006</p>
2.4 Estructuración de contenidos	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planta baja: inicios de la investigación. - Planta primera: Los Millares (la investigación de la sociedad de los Millares. Primeras sociedades agroganaderas 5.500-3.200 ANE. Sociedad de Los Millares 3.200-2.250 ANE. Mundo simbólico y funerario de la sociedad de Los Millares). - Planta segunda: El Argar (la investigación de la sociedad argárica. Sociedad argárica 2.250-1.550 ANE. Herencia cultural de Almería). - Planta tercera: sociedad romana y comercio en el sureste 206 a.C.-409 y sociedad islámica: al-Mariyya 711-1.489.

2.5 Inventario de elementos de gráfica expositiva	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planta baja: 1 panel gráfico (1 texto de introducción). - Planta primera: 12 paneles gráficos (1 texto de introducción, 3 textos de unidad temática, 9 textos de segundo nivel informativo, 38 textos vinculados a piezas). - Planta segunda: 2 paneles gráficos (1 texto de introducción, 2 texto de unidad temática, 10 textos de segundo nivel informativo, 10 textos vinculados a piezas). - Planta tercera: 1 panel gráfico (2 texto de unidad temática, 6 textos de segundo nivel informativo, 17 textos vinculados a piezas).
2.6 Esquema gráfico del espacio expositivo	<p>01: Texto introducción (Inicios de la investigación)</p> <p>02: Texto introducción (La investigación de la sociedad de los Millares)</p> <p>02_1: Texto de unidad temática (Primeras sociedades agroganaderas. 5.500-3.200 ANE)</p> <p>02_1_1: Texto de segundo nivel informativo (Arte rupestre levantino)</p> <p>02_1_2: Texto de segundo nivel informativo (Arte rupestre esquemático)</p> <p>02_1_3: Texto de segundo nivel informativo (Un nuevo modo de vida)</p> <p>02_1_4: Texto de segundo nivel informativo (Útiles para producir, adornos para exhibir)</p> <p>02_1_5: Texto de segundo nivel informativo (Mundo funerario)</p> <p>02_1_a: Texto vinculado a piezas (Entierro fuera de la aldea)</p> <p>02_1_b: Texto vinculado a piezas (Entierro en la aldea)</p> <p>02_1_c: Texto vinculado a piezas (Adornos para exhibir)</p> <p>02_1_d: Texto vinculado a piezas (El hueso también se aprovecha)</p> <p>02_1_e: Texto vinculado a piezas (Un invento extraordinario: la cerámica)</p> <p>02_1_f: Texto vinculado a piezas (Piedras para todo)</p> <p>02_1_g: Texto vinculado a piezas (Una dieta variada)</p> <p>02_1_h: Texto vinculado a piezas (Las primeras aldeas al aire libre)</p> <p>02_2: Texto de unidad temática (Sociedad de los Millares. 3.200-2.250 ANE)</p> <p>02_2_a: Texto vinculado a piezas (Comercio regional)</p> <p>02_2_b: Texto vinculado a piezas (Comercio con otras zonas)</p> <p>02_2_c: Texto vinculado a piezas (La ganadería, riqueza móvil)</p> <p>02_2_d: Texto vinculado a piezas (La producción cerámica)</p> <p>02_2_e: Texto vinculado a piezas (Simbología en los espacios domésticos)</p> <p>02_2_f: Texto vinculado a piezas (Prácticas medicinales)</p> <p>02_2_g: Texto vinculado a piezas (Diversidad de materiales en el vestido)</p>

02_2_h: Texto vinculado a piezas (Almacenamiento y distribución centralizados)

02_2_i: Texto vinculado a piezas (La molinda)

02_2_j: Texto vinculado a piezas (Alimentos variados)

02_2_k: Texto vinculado a piezas (La metalurgia del cobre)

02_2_l: Texto vinculado a piezas (Violencia y sociedad)

02_2_m: Texto vinculado a piezas (La caza, complemento cármico)

02_2_n: Texto vinculado a piezas (Aprendiendo a fabricar puntas de flecha)

02_2_ñ: Texto vinculado a piezas (Asalto a la barbacana)

02_3: Texto de unidad temática (Mundo simbólico y funerario de la sociedad de los Millares)

02_3_1: Texto de segundo nivel informativo (Ajuares de otras necrópolis)

02_3_2: Texto de segundo nivel informativo (Ajuares funerarios de los Millares)

02_3_3: Texto de segundo nivel informativo (Cerámica simbólica y campaniforme)

02_3_4: Texto de segundo nivel informativo (Ídolos)

02_3_a: Texto vinculado a piezas (s/t: decoración cerámica campaniforme)

02_3_b: Texto vinculado a piezas (s/t: motivos decorativos)

02_3_c: Texto vinculado a piezas (s/t: decoración ojos-soles)

02_3_d: Texto vinculado a piezas (s/t: ídolos)

02_3_e: Texto vinculado a piezas (s/t: formas humanas)

02_3_f: Texto vinculado a piezas (s/t: ídolos-falange)

02_3_g: Texto vinculado a piezas (s/t: ídolos-tolve)

02_3_h: Texto vinculado a piezas (s/t: ídolos en ajuares)

02_3_i: Texto vinculado a piezas (s/t: materias primas de África)

02_3_j: Texto vinculado a piezas (s/t: betilos)

02_3_k: Texto vinculado a piezas (s/t: banquete funerario)

02_3_l: Texto vinculado a piezas (s/t: metal en el ajuar)

02_3_m: Texto vinculado a piezas (s/t: otro tipo de enterramiento)

02_3_n: Texto vinculado a piezas (s/t: dólmenes)

02_3_ñ: Texto vinculado a piezas (s/t: tholoi)

03: Texto introducción (La investigación de la sociedad Argárica)

03_1: Texto de unidad temática (La sociedad Argárica. 2.250-1.550 ANE)

03_1_1: Texto de segundo nivel informativo (Conseguir el alimento)

03_1_2: Texto de segundo nivel informativo (La despensa y la dieta)

03_1_3: Texto de segundo nivel informativo (Recipientes en serie)

03_1_4: Texto de segundo nivel informativo (La muerte en casa)

03_1_5: Texto de segundo nivel informativo (Salud y mortalidad)

03_1_6: Texto de segundo nivel informativo (Espacios y símbolos de poder)

03_1_7: Texto de segundo nivel informativo (El metal en manos de poderosos)

03_1_a: Texto vinculado a piezas (Lo imprescindible para vivir)

03_1_b: Texto vinculado a piezas (Normalización y resistencia)

03_1_c: Texto vinculado a piezas (Una nueva tecnología)

03_1_d: Texto vinculado a piezas (Una sociedad de clases)

03_1_e: Texto vinculado a piezas (Clase dominante)

03_1_f: Texto vinculado a piezas (Subditos con derechos sociales)

03_1_g: Texto vinculado a piezas (Servidores y esclavos)

03_2: Texto de unidad temática (Después del Argar)

03_2_1: Texto de segundo nivel informativo (Trabajos cotidianos)

03_2_2: Texto de segundo nivel informativo (Sepulturas fuera de los poblados)

03_2_3: Texto de segundo nivel informativo (Más cambios tras el 1300 antes de nuestra era)

03_2_a: Textos vinculados a piezas (s/t: actividades domésticas)

03_2_b: Textos vinculados a piezas (s/t: sepulturas colectivas)

03_2_c: Textos vinculados a piezas (s/t: armas de bronce)

04_1: Texto de unidad temática (Sociedad romana y Comercio en el Sureste. 206 a.C.-409)

04_1_1: Textos de segundo nivel informativo (Productos para comercio)

04_1_2: Textos de segundo nivel informativo (Comercio y monetización)

04_1_3: Textos de segundo nivel informativo (Una sociedad muy elitista)

04_1_a: Textos vinculados a piezas (Minerales y minas)

04_1_b: Textos vinculados a piezas (s/t: el "*Plomo de Gador*")

04_1_c: Textos vinculados a piezas (Canteras: mármol y rocas volcánicas)

04_1_d: Textos vinculados a piezas (s/t: piedra para molino)

04_1_e: Textos vinculados a piezas (Pescados, salazones y tintas)

04_1_f: Textos vinculados a piezas (s/t: transporte de ánforas)

04_1_g: Textos vinculados a piezas (s/t: garum)

04_1_h: Textos vinculados a piezas (s/t: pesca de moluscos)

04_1_i: Textos vinculados a piezas (Los puertos)

04_1_j: Textos vinculados a piezas (Esclavos, instrumentos de trabajo)

04_1_k: Textos vinculados a piezas (s/t: sirvientes domésticos)

04_1_l: Textos vinculados a piezas (Una selecta clase dirigente)

	04_1_m: Textos vinculados a piezas (s/t: objetos de tocador)
	04_1_n: Textos vinculados a piezas (s/t: la fortuna de la aristocracia)
	04_1_ñ: Textos vinculados a piezas (El lujo en productos importados)
	01_4_o: Textos vinculados a piezas (Vida en el campo: las <i>Villae</i>)
	05_1: Texto de unidad temática (Sociedad Islámica: al-Mariyya. 711-1.489)
	05_1_1: Textos de segundo nivel informativo (Bayyana: República marítima)
	05_1_2: Textos de segundo nivel informativo (Al-Mariyya, sede de la flota califal)
	05_1_3: Textos de segundo nivel informativo (De los almohades a los nazaries)
	05_1_a: Textos vinculados a piezas (Diferentes tumbas en el cementerio)

ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 2	
FICHA DE ANÁLISIS		Código de Registro: 01.2	Denominación: museo arqueológico
1. Factores físicos			
1.1. Localización del texto expositivo (ubicación física y localización respecto al visitante) Ver imágenes de referencia 1.1	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos están dispuestos en el recorrido con un planteamiento cronológico y temático lógico. - Los bloques de texto explicativo que están dispuestos en plano vertical están centrados en una franja visual que se enmarca entre los 160 cm y los 70 cm aproximadamente del suelo. Los títulos, subtítulos y los elementos gráficos se disponen siempre por encima o por debajo a esta franja central de texto, alcanzando los 200 cm en el título y descendiendo hasta los 50 cm desde el suelo para el gráfico de la línea del tiempo. - Los paneles gráficos dispuestos en plano horizontal se ubican la mayoría entre los 55 y los 115 cm del suelo. - Cabe puntualizar la disposición de la mayoría de las cartelas de una de las salas de la planta segunda, que se hayan alrededor de los 30 cm del suelo. 		
1.2. Jerarquía gráfica (distinción gráfica entre niveles informativos e idiomas) Ver imágenes de referencia 1.2	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe diferenciación gráfica entre el texto de introducción y el de unidad temática, sin embargo, queda clara la función introductoria del primer panel gracias a su localización. El texto introductorio se ubica en primer término, siendo lo primero que el visitante encuentra al acceder a cada planta (excepto la planta tercera que no posee texto introductorio). En cada espacio los paneles presentan colores diferentes que se adaptan al resto de la museografía. - La diferenciación gráfica entre los textos de introducción y de unidad temática con respecto a los textos de segundo nivel informativo y los textos vinculados a las piezas viene dada por el tamaño del panel gráfico, el tamaño de la tipografía, su localización y el icono gráfico que representa a cada unidad temática. - Los paneles de introducción y de unidad temática se disponen al inicio del recorrido de cada planta o, espacio expositivo en el caso de los textos de unidad temática. El resto de los paneles gráficos se hayan vinculados a las piezas de la exposición, colocándose en su mayoría en el interior de las vitrinas o en su entorno, siendo estos paneles de menor tamaño y tipografía menor. Dentro de estos textos (segundo nivel informativo y vinculados a las piezas) existe también una gran desuniformidad de formatos y diseños que se adaptan en cada caso al expositor y a los diversos recursos empleados, aunque siempre por la cercanía a las piezas cumple claramente su función descriptiva. - El 100% de los textos de introducción, de unidad temática y de segundo nivel informativo jerarquizan 		

	<p>internamente su información dividiendo el texto en título y textos explicativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 6% (2/35) de los textos de introducción, de unidad temática y de segundo nivel informativo introduce también subtítulo. El título y el subtítulo son fácilmente diferenciables de los textos explicativos al ofrecer una tipografía de tamaño superior y negrita. - El 60% (39/65) de los textos vinculados a piezas jerarquizan internamente su información dividiendo el texto en título y textos explicativos. El título es fácilmente diferenciable de los textos explicativos al ofrecer una tipografía de tamaño superior y negrita. - El 100% de los textos están escritos en dos idiomas (español e inglés). Para diferenciar entre los idiomas se emplea un tamaño inferior una longitud de línea menor y un color diferente en el texto inglés. Sin embargo, un 51% (51/100) de los textos no se diferencian con demasiada intensidad al utilizar colores parecidos, formatos de texto similares y longitudes de línea idénticas.
<p>1.3. Cantidad de texto (cantidad de palabras por texto según niveles informativos) Ver imagen de referencia 1.3</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Títulos y subtítulos: 4-4/8/7-6/3/3/5/6/2/5/4/3/4/4/3/6/3/7/4/6/2/4/4/3/5/2/2/4/6/2/4/3/4/12/4/5/4/ 1/6/5/5/4/3/3/7/5/3/4/4/2/4/3/6/2/5/8/5/4/3/4/2/5/4/4/5/7/3/5/8/5 palabras. - Textos de introducción: 310/264/300 palabras. - Textos de unidad temática: 247/253/223/237/191/171/238 palabras. - Textos de segundo nivel informativo: 242/220/132/95/101/81/92/96/24/158/144/183/139/137/131/108/91/100/110/145/113/117/258/250/407 palabras. - Textos vinculados a las piezas: 1 panel gráfico dividido en varios textos (99+100+95+81+121+121+135+117)/53/47/48/62/61/58/50/52/61/66/52/48/57/80/56/86/127/144/49/61/106/88/1 panel gráfico dividido en varios textos (19+21+30+17+20+20+15+31+24)/1 panel gráfico dividido en varios textos (44+21+23+48+36+36)//1 panel gráfico dividido en breves textos (36+29+35+30)/1 panel gráfico dividido en breves textos (71+29+80+60+38+22+69+53+16+19+60+32+44+26+150)/81/182 palabras. - El 98% (73/74) de los títulos y subtítulos cuentan con la cantidad de palabras apropiada. - El 33% (1/3) de los textos de introducción sobrepasan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos. - El 100% de los textos de unidad temática sobrepasan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos. - El 28% (7/25) de los textos de segundo nivel informativo sobrepasan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos. - El 98% (64/65) de los textos vinculados a las piezas posee la extensión adecuada. Cabe resaltar el sistema de dividir paneles gráficos en pequeños fragmentos de textos independientes, para no sobrepasar la extensión que

	<p>recomiendan los expertos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El tiempo estimado de lectura total de los textos de todo el conjunto arqueológico asciende a 42 minutos aproximadamente (10302 palabras).
1.4. Formato de texto (tipografía, tamaño e interlineado) Ver imagen de referencia 1.4	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipografía: El 100% de los textos están escritos con una tipografía legible, aunque no diseñada para impresión sino para la lectura en pantalla (<i>Arial</i>). Tanto los títulos como los subtítulos y los bloques de texto presentan tipografía <i>Sans Serif</i>. - Tamaño: El 100% de las tipografías tienen un tamaño que encajan en las recomendaciones. - Interlineado: El 100% de los textos posee un interlineado pequeño según las indicaciones.
1.5. Maquetación del panel gráfico (longitud de línea, alineación del texto y detalles)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Textos de introducción: 63/59/64 caracteres aproximadamente por línea. - Textos de unidad temática: 63/63/62/60/72/60/57 caracteres aproximadamente por línea. - Textos de segundo nivel informativo: 47/48/36/39/40/39/37/35/41/50/49/50/53/50/52/48/36/33/26/41/40/40/47/44/54 caracteres aproximadamente. - Textos vinculados a las piezas: 38/33/35/38/35/38/33/37/42/33/37/41/36/42/40/38/40/39/43/41/36/41/35/37/31/37/34/30/36/30/40/38/31/36/33/43/45/48/57/51/67/60/39/54/46/45/43/40/36/51/32/36/36/36/38/53/33/30/28/35/41/37/40/42/49/58 caracteres aproximadamente por línea. - El 90% (9/10) de los textos de introducción y unidad temática están dentro de los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. - El 32% (8/25) de los textos de segundo nivel informativo están por debajo de los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. - El 58% (38/65) de los textos vinculados a las piezas están por debajo los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. - El 100 % de los textos están alineados a la izquierda.

1.6. Visibilidad (iluminación, contraste e interferencias visuales)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 97% (97/100) de los paneles gráficos están correctamente iluminados. Tres paneles (02_1, 02_1_1 y 02_3) están dispuestos en espacios que, por una escenografía o por una proyección audiovisual, se han iluminado con muy poca intensidad, lo que reduce la visibilidad de los textos. - El 100% de los textos tienen un contraste medio: tipografía oscura sobre un fondo claro o viceversa, tipografía clara sobre fondo oscuro. - El 100% de los paneles presentan superficies mates y brillantes que no producen brillos ni reflejos.
1.7. Accesibilidad (silla de ruedas e invidencia)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad para personas en silla de ruedas: los paneles dispuestos en plano horizontal están a una altura entre los 55 y los 115 cm del suelo. - Accesibilidad para personas invidentes: no existe versión en Braille ni audioguía complementaria.
1.8. Estado de conservación (deterioro, suciedad) Ver imagen de referencia 1.8	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 6% (6/100) de los textos se encuentran en mal estado de conservación que perjudican la visibilidad del texto.

2. Factores cognitivos	
2.1. Jerarquía de información (niveles de información) Ver imágenes de referencia 2.1	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información se presenta jerarquizada en 4 niveles informativos. - El 74% (74/100) de textos jerarquizan internamente el mensaje con el empleo de títulos. El 2% (2/100) emplea también subtítulos: <ul style="list-style-type: none"> - Texto de introducción: título + textos explicativos / título + subtítulo + texto explicativo. - Textos de unidad temática: título + texto explicativo / título + subtítulos + textos explicativos. - Textos de segundo nivel informativo: título + texto explicativo. - Textos vinculados a las piezas: título + texto explicativo / texto explicativo. - Cartelas: identificación de la pieza (título de la pieza + breve explicación + cronología + lugar de localización) / (título de la pieza + cronología + lugar de localización)
2.2. Legibilidad (promedio de sílabas por palabras y palabras por oración según la Escala INFLESZ)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 90% (90/100) de los textos son de bastante fácil, normal o muy fácil legibilidad. - El 10% (10/100) de los textos son de legibilidad algo difícil.
2.3. Léxico empleado (tecnicismos y nivel del vocabulario)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los textos emplean mayoritariamente un vocabulario claro y sencillo. - Sin embargo, el 10% (10/100) de los textos (textos de introducción y unidad temática) emplean tecnicismos que no se explican con claridad. Por ejemplo: "estratigrafías", "tumbas megalíticas", "dataciones absolutas", "fortines", "dataciones de Carbono 14", etc. - El 94% (94/100) de los textos (textos vinculados a las piezas) a pesar de emplear algunos tecnicismos, se acompañan de ilustraciones que dan sentido a los términos solventando cualquier tipo de dificultad de comprensión, o son explicados lo que permiten continuar la lectura. Por ejemplo: "...perforación del cráneo (trepanación)...", "...falsa cúpula (<i>tholoi</i>)..." - El 100% de los textos de introducción y de unidad temática se ilustran cada uno con un mapa con las distintas localizaciones que se tratan en su texto y en los textos vinculados a las piezas de su unidad temática.

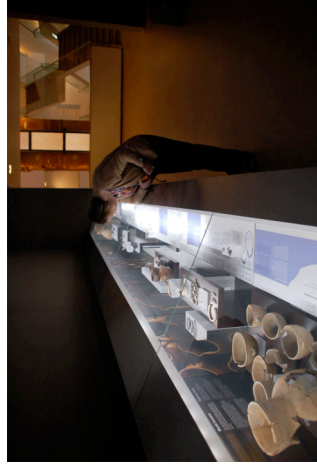
<p>2.4. Técnicas de estimulación lectora (voz natural, expresión en positivo, familiaridad con la materia, contextualización social, empleo de preguntas, observación guiada, citas, humor y final impactante)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO El 90% (90/100) de los textos expositivos siguen los estándares estilísticos tradicionales con una narración apropiada, sin un registro excesivamente formal ni académico. Los textos de la exposición permanente hacen uso de algunas de las técnicas de estimulación que según los expertos incitan la lectura del visitante. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contextualización social: la mayoría de los textos vinculados a las piezas tratan la materia haciendo constante referencia a los hombres y mujeres que vivieron esa época. Además las ilustraciones que acompañan los textos siempre representan las piezas en un entorno humanizado, donde pueden apreciarse su uso y significado. <p>Por ejemplo: "Sus cabañas son construcciones de entramado vegetal...", "...los grupos de mayor nivel social se enterraban...", "...se celebran banquetes con motivo del ...".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observación guiada: a través de ilustraciones se incita al visitante a fijarse en pequeños detalles o desvela el uso que se cree que se le daba a la pieza.
<p>2.5. Relación con lo expuesto (vinculación entre pieza y texto: contenido y distancia) Ver imágenes de referencia 2.5</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos de segundo nivel informativo y los textos vinculados a las piezas se relacionan directamente con las piezas expuestas. <p>Por ejemplo: en una vitrina dedicada a cerámica entre otros encontramos el siguiente fragmento de texto "...la cerámica se convierte en uno de los elementos más utilizados, tanto en las tareas domésticas como en el ajuar funerario, ...". En la vitrina se exponen este tipo de piezas y además varias ilustraciones permiten al visitante contextualizar esas piezas e incluso conocer el proceso técnico de fabricación de las mismas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos vinculados a las piezas y cartelas que hacen referencia a las piezas se encuentran en un perímetro inferior a 150 cm. - Cada uno de los textos de unidad temática representa un periodo histórico y así queda reflejado por la banda gráfica con la línea del tiempo que se localiza en la parte inferior de cada panel. Esta línea del tiempo está en relación directa con el contenido del texto, marcando en negrita el periodo comprendido.
<p>2.6. Guía de estilo (homogeneidad de criterios ideomáticos)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO Los textos siguen estrictamente los mismos criterios. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empleo de abreviaturas para los títulos: "5500-3200 ANE". - Empleo de las palabras enteras para el texto explicativo: "3200 años antes de nuestra era". - Cursivas para tecnicismos: "<i>microlitos</i>", "<i>Homo sapiens</i>", "<i>indalo</i>", "<i>tholoi</i>", "<i>villae</i>". - Cursivas para ciudades romanas: "<i>Baria</i>", "<i>Carthago Nova</i>", "<i>Baetica</i>". - Empleo de mayúsculas para los periodos históricos: "Neolítico", "Calcolítico", "Edad del Cobre". - Medidas sin abreviaciones: "55 metros cuadrados", "100 kilómetros".

3. Anexo	3.1. Otros medios de comunicación
	<p>Además de los textos expositivos el centro emplea otros medios de comunicación para ofrecer más contenidos de la exposición:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 4 interactivos táctiles y textos explicativos sirven para facilitar más información sobre temas relacionados (español e inglés). - 2 audiovisuales aportan más detalles e ilustran el tema expuesto. - 1 maqueta conceptual a escala real facilita la recreación visual de un enterramiento. - 10 escenografías artísticas facilitan la comprensión de los contenidos (excavación, enterramiento, urnas funerarias, herramientas, etc.) - Folleto informativo (español, inglés, francés). - Programas educativos (Arqueología en juego). - Guía oficial (español e inglés). - Otras publicaciones. - Página web (español e inglés). - Conexión a redes sociales (Facebook)

4. Imágenes de referencia

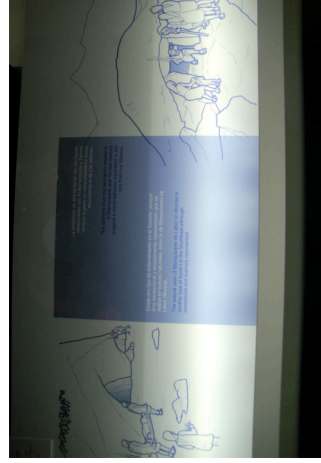
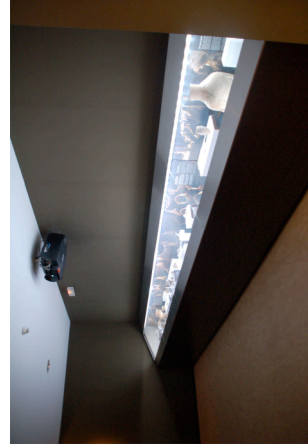
Imágenes de referencia 1.1


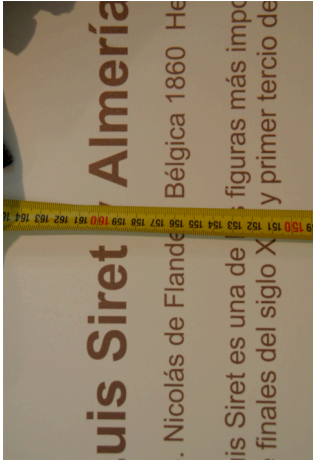

- Franja visual.
- Textos dispuestos en plano horizontal.
- Textos a pie de vitrina.



Imágenes de referencia 1.2

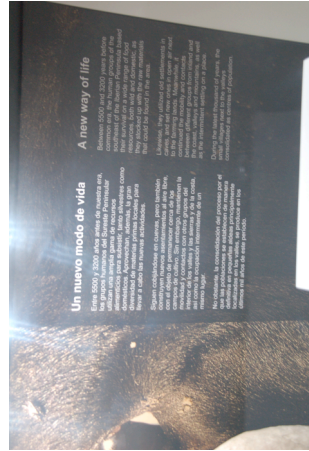
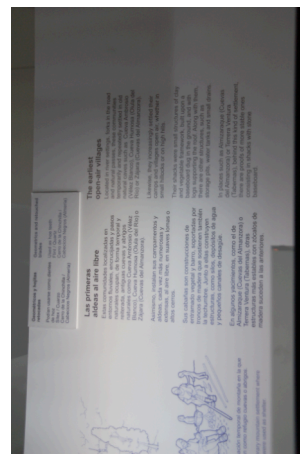
- Diferenciación gráfica entre título, subtítulo, texto explicativo e idiomas de texto de unidad temática.
- Conjunto de diferentes textos vinculados a piezas en el interior de vitrina.
- Diferenciación gráfica entre título y texto explicativo en texto vinculado a piezas.
- Diferenciación gráfica entre idiomas.
- Escasa diferenciación gráfica entre idiomas.
- Escasa diferenciación gráfica entre idiomas.



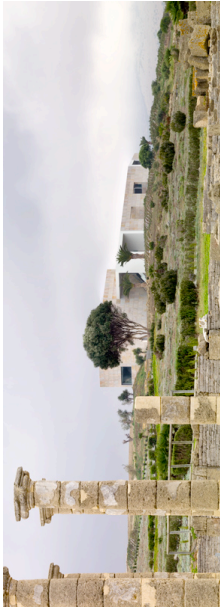
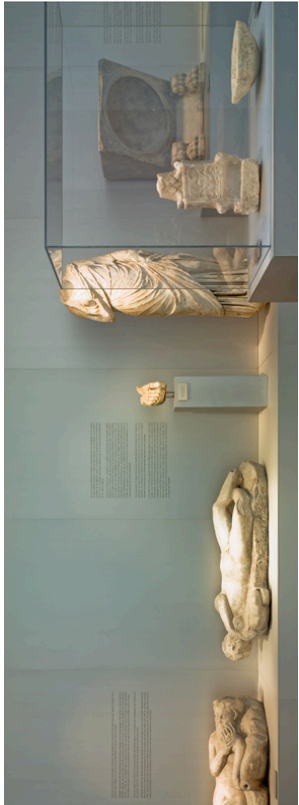
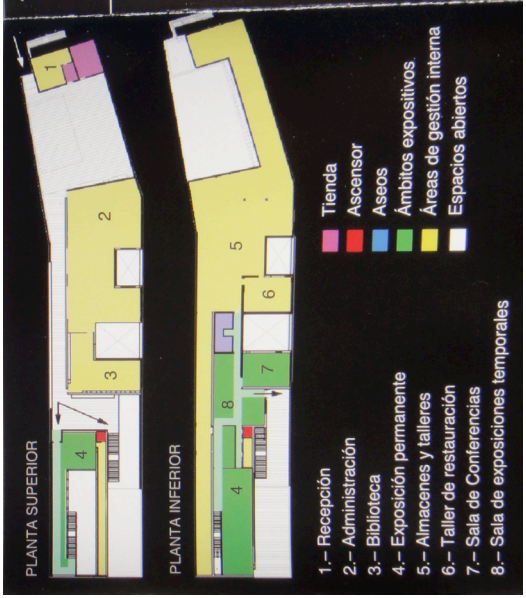
<p>Imágenes de referencia 1.3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Panel gráfico dividido en varios textos explicativos breves. 	
<p>Imágenes de referencia 1.4</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formato de texto. 	
<p>Imágenes de referencia 1.8</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soporte deteriorado. 	

Imágenes de referencia 2.1

- Texto introductorio con título y subtítulo.
- Texto introductorio con título.
- Texto de unidad temática con título y subtítulo.
- Texto de unidad temática con título.
- Texto de segundo nivel informativo con título. Diversidad de formatos.
- Texto de segundo nivel informativo con título. Diversidad de formatos.
- Texto vinculado a las piezas con título. Diversidad de formatos.
- Texto vinculado a piezas con título. Diversidad de formatos.
- Texto vinculado a piezas con título. Diversidad de formatos.
- Texto vinculado a piezas sin título.
- Cartela.



<p>Imágenes de referencia 2.5</p> <p>- Relación del texto con las piezas expuestas apoyadas por ilustraciones que la contextualizan.</p> <p>Relación del texto con las piezas expuestas apoyadas por ilustraciones que la contextualizan.</p>	

ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 1
FICHA DE INTRODUCCIÓN		
1. IDENTIFICACIÓN		
1.1 Nombre	Conjunto arqueológico de Baelo Claudia	
1.2 Localización	Ensenada de Bolonia, s/n 11380 Tarifa (Cádiz)	
1.3 Contacto	Teléfono: 956106797 Fax: 956688688 Correo electrónico: baeloclaudia.ccul@juntadeandalucia.es Página Web: http://www.juntadeandalucia.es/cultura/museos/CABC/	
1.4 Director actual	D. Ángel Muñoz Vicente	
1.5 Imágenes del edificio	1.6 Plano del espacio expositivo	
 		

2. DATOS GENERALES DEL CONJUNTO ARQUEOLÓGICO	
2.1 Presentación del conjunto arqueológico	<p>La sede institucional y centro de visitantes del conjunto arqueológico de Baelo Claudia son obra del arquitecto Guillermo Vázquez Consuegra. El edificio además de lugar de recepción y centro administrativo, integra un espacio expositivo, museístico, de restauración, de almacenamiento, una biblioteca, una sala de conferencias y un archivo científico.</p> <p>El espacio expositivo está compuesto por dos salas de exposiciones permanentes y una destinada a muestras temporales que enlaza con el acceso a la ciudad romana. La planta superior de la exposición permanente está dedicada a ofrecer un marco general de la ciudad, por lo que en este espacio se localiza una maqueta de Baelo Claudia, acompañada de un panel que sitúa la ciudad en su contexto geográfico. En el corredor de la sala existe un expositor donde se muestra, mediante textos e interactivos, como era la organización jurídico administrativa, las principales ciudades y vías de comunicación de Hispania, así como la evolución de la ciudad de Baelo Claudia. Este espacio museístico inferior se desarrolla en dos áreas separadas. La primera sala o área expositiva está dedicada a la religión, el urbanismo y la economía. En este espacio destacan entre sus piezas los ajuares, los elementos funerarios, varias placas votivas dedicadas a Isis, una monumental columna de la Basílica de la ciudad, envases anfóricos y los útiles de pesca. El segundo espacio analiza el tema de la sociedad y la vida cotidiana a través de la recreación de un espacio doméstico y la presencia de los principales hallazgos epigráficos de la ciudad. Tras recorrer el área de exposiciones temporales se da paso al área musealizada del yacimiento arqueológico, donde el visitante puede seguir el itinerario recomendado siguiendo el folleto informativo.</p>
2.2 Empresa responsable	<p>EMPTY</p> <p>http://empty.es/detalle.php?lang=es&idpro=42</p>
2.3. Fecha de inauguración/renovación/instalación	Diciembre de 2007
2.4 Estructuración de contenidos	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sala I: introducción_marco general de Baelo Claudia. - Sala II_áreaI: Baelo Claudia como ciudad hispanorromana_economía, urbanismo y religión. - Sala II_áreaII: Baelo Claudia como ciudad hispanorromana_sociedad y vida cotidiana. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conjunto arqueológico de Baelo Claudia (exterior): Baelo Claudia.

2.5 Inventario de elementos de gráfica expositiva	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sala I: 5 paneles gráficos (1 texto de introducción, 4 textos de unidad temática). - Sala II (áreas I y II): 14 paneles gráficos (4 textos de unidad temática, 9 textos de segundo nivel informativo, 1 texto de descripción de piezas). <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conjunto arqueológico de Baelo Claudia (exterior): 18 paneles gráficos (18 textos de unidad temática).
2.6 Esquema gráfico del espacio expositivo	<p>01: Texto introductorio (Entre el mar y la tierra)</p> <p>01_1: Texto de unidad temática (Problemática histórica)</p> <p>01_2: Texto de unidad temática (Articulación del territorio geográfico)</p> <p>01_3: Texto de unidad temática (Principales ciudades y vías de comunicación)</p> <p>01_4: Texto de unidad temática (De <i>Bailo</i> a Baelo Claudia)</p> <p>01_5: Texto de unidad temática (La economía pesquera y comercio)</p> <p>01_5_1: Texto de segundo nivel informativo (s/t: ánforas)</p> <p>01_6: Texto de unidad temática (Espacio urbano y obras públicas)</p> <p>01_6_1: Texto de segundo nivel informativo (s/t: esculturas I)</p> <p>01_6_2: Texto de segundo nivel informativo (s/t: esculturas II)</p> <p>01_6_3: Texto de segundo nivel informativo (s/t: materiales)</p> <p>01_6_4: Texto de segundo nivel informativo (s/t: agua)</p> <p>01_7: Texto de unidad temática (Creencias religiosas y mundo funerario)</p> <p>01_7_1: Texto de segundo nivel informativo (s/t: Isis)</p> <p>01_7_2: Texto de segundo nivel informativo (s/t: enterramientos)</p> <p>01_8: Texto de unidad temática (Sociedad y vida cotidiana)</p> <p>01_8_1: Texto de segundo nivel informativo (s/t: epigrafía)</p> <p>01_8_a: Texto vinculado a piezas (s/t: monedas)</p> <p>01_8_2: Texto de segundo nivel informativo (La <i>domus</i> romana)</p>

<p>2.7 Esquema gráfico del yacimiento arqueológico</p>	<p>01_1: Texto de unidad temática (Historia de las excavaciones arqueológicas)</p> <p>01_2: Texto de unidad temática (Situación geográfica)</p> <p>01_3: Texto de unidad temática (Noticia Histórica)</p> <p>01_4: Texto de unidad temática (Templo de Isis)</p> <p>01_5: Texto de unidad temática (Foro)</p> <p>01_6: Texto de unidad temática (Templos del Capitolio)</p> <p>01_7: Texto de unidad temática (Teatro)</p> <p>01_8: Texto de unidad temática (El urbanismo)</p> <p>01_9: Texto de unidad temática (Puerta y calle principal)</p> <p>01_10: Texto de unidad temática (El foro era un espacio cerrado)</p> <p>01_11: Texto de unidad temática (Cisterna del acueducto norte)</p> <p>01_12: Texto de unidad temática (Factoría de salazón)</p> <p>01_13: Texto de unidad temática (Basilíca)</p> <p>01_14: Texto de unidad temática (Mercado)</p> <p>01_15: Texto de unidad temática (El Estrecho)</p> <p>01_16: Texto de unidad temática (Termas)</p> <p>01_17: Texto de unidad temática (Viviendas)</p> <p>01_18: Texto de unidad temática (Necrópolis)</p>
---	--

ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 2
FICHA DE ANÁLISIS		
Código de Registro: 02.2		Denominación: conjunto arqueológico
1. Factores físicos	ESPACIO EXPOSITIVO	
	<div><div>1.1. Localización del texto expositivo (ubicación física y localización respecto al visitante)</div><div>Ver imágenes de referencia 1.1</div></div> <div><ul style="list-style-type: none">- El 89% (17/19) de los textos están dispuestos en el recorrido siguiendo un planteamiento temático lógico salvo las siguientes excepciones:<ul style="list-style-type: none">- 01: el texto introductorio se encuentra a la espalda de la entrada a la sala. Resulta complicada su localización porque además comparte espacio con una exposición temporal.- 01_7_1/01_7: según el planteamiento de la sala, los textos deben leerse de izquierda a derecha, pero el recorrido y el discurso se rompen al disponer en primer lugar el panel de segunda unidad temática (07_7_1) y después el texto de unidad temática (01_7).- Los bloques de texto de los paneles que están dispuestos en plano vertical están centrados y enmarcados en una franja visual desde los 215 cm a los 100 cm del suelo.- Los bloques de textos de los paneles gráficos que estan dispuestos en plano horizontal están a una altura que varía entre los 45 y 95 cm del suelo.</div>	
	YACIMIENTO	
	<div><ul style="list-style-type: none">- El 100% de los textos están dispuestos en el recorrido siguiendo un planteamiento lógico.- El 100% de los paneles están dispuestos en plano inclinado a 32 cm del suelo, aunque con una tipografía lo suficientemente grande para visualizarse sin problemas estando de pie.- El recorrido actual está modificado por obras de remodelación y ocho de los paneles gráficos no han podido ser visualizados directamente.</div>	

<p>1.2. Jerarquía gráfica (distinción gráfica entre niveles informativos e idiomas) Ver imágenes de referencia 1.2</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - La diferenciación entre los niveles informativos se realiza por el empleo de títulos en los niveles superiores (texto introductorio y textos de unidad temática). - El 52% (10/19) de los textos jerarquizan internamente su información dividiendo el texto en título y texto explicativo. El título es claramente diferenciable con respecto al texto explicativo al ofrecer una tipografía de tamaño superior y mayúsculas. - Cabe resaltar la dificultad de seguir la jerarquía interna de los contenidos por varias razones: <ul style="list-style-type: none"> - Uno de los textos de la sala II de segundo nivel informativo (01_9) presenta, a diferencia del resto de textos de segundo nivel informativo, un título. Se confunde con un texto de unidad temática. - Los textos de segundo nivel informativo de la sala II no presentan ningún indicador gráfico que identifique a qué unidad temática pertenecen. - El 100% de los textos están escritos en dos idiomas (español e inglés). Para diferenciar entre los idiomas se emplea exclusivamente cursiva en el texto inglés. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos poseen un único nivel informativo (textos de unidad temática). - El 100% de los textos jerarquizan internamente su información con el empleo de título y texto explicativo. El título es fácilmente diferenciable con respecto al texto explicativo al ofrecer una tipografía de tamaño superior, mayúsculas y colores diferentes. - El 100% de los textos están escritos en un idioma (español). Está en proceso la nueva panelería con la traducción inglesa de los textos.
<p>1.3. Cantidad de texto (cantidad de palabras por texto según niveles informativos)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Títulos: 6/2/3/6/5/5/5/4/2 palabras. - Texto de introducción: 267 palabras. - Textos de unidad temática: 201/172/344/205/188/488/432/155 palabras. - Textos de segundo nivel informativo: 117/175/148/173/75/256/88/342/170 palabras. - Texto vinculado a las piezas: 70 palabras. <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los títulos encajan con las indicaciones de los expertos sobre el número de palabras. - El 100% de los textos de unidad temática sobrepasan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos. - El 50% (5/10) de los textos de segundo nivel informativo y vinculado a las piezas superan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos.

	<p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Títulos: 5/4/2/2/3/1/6/3/2/1/4/2/1/1/1/1/3/1/1 - Textos de unidad temática: 149/148/130/153/106/104/147/95/91/114/217/105/120/149/195/147/105/190 palabras. - El 100% de los títulos encajan con las indicaciones de los expertos sobre el número de palabras. - El 22% (4/18) de los paneles gráficos del yacimiento superan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos. - El tiempo estimado de lectura total de los textos de todo el conjunto arqueológico asciende a 30 minutos aproximadamente (7233 palabras).
<p>1.4. Formato de texto (tipografía, tamaño e interlineado) Ver imágenes de referencia 1.4</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipografía: El 100% de los textos están escritos con una tipografía legible. Los títulos presentan tipografía <i>Serif</i>, los bloques de texto presentan tipografía <i>Sans Serif</i>. - Tamaño: El 100% de las tipografías tienen un tamaño que encajan en las recomendaciones. - Interlineado: El 100% de los textos posee un interlineado armonioso apropiado para la lectura. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipografía: El 100% de los textos están escritos con una tipografía legible. Tanto los títulos como los bloques de texto presentan tipografía <i>Sans Serif</i>. - Tamaño: El 100% de las tipografías tienen un tamaño que encajan en las recomendaciones. - Interlineado: El 100% de los textos posee un interlineado armonioso apropiado para la lectura.
<p>1.5. Maquetación del panel gráfico (longitud de línea, alineación del texto y detalles) Ver imágenes de referencia 1.5</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Texto de introducción: 104 caracteres aproximadamente por línea. - Textos de unidad temática: 75/68/72/78/40/51/46/40 caracteres aproximadamente por línea. - Textos de segundo nivel informativo: 106/75/108/104/106/54/52/85/43 caracteres aproximadamente por línea. - Texto vinculado a las piezas: 50 caracteres aproximadamente por línea. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 63% (12/19) de los textos del espacio expositivo supera los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. - El 100% de los textos son justificados.

	<p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Textos de unidad temática: 35/39/33/32/23/41/36/35/32 caracteres aproximadamente por línea. - El 90% (9/10) de los paneles gráficos del yacimiento arqueológico están por debajo de los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. Faltan ocho paneles gráficos que no han podido ser visualizados <i>in situ</i> porque el recorrido está cortado por obras de remodelación. - El 100% de los textos son justificados.
<p>1.6. Visibilidad (iluminación, contraste e interferencias visuales) Ver imagen de referencia 1.6</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos están correctamente iluminados. - El 100% de los textos tienen un contraste medio: tipografía oscura (negro) sobre un fondo claro (aluminio mate). - El 100% de los paneles presentan superficies mates que no producen brillos ni reflejos. - El 5% (1/19) de los paneles gráficos presenta una pieza delante que interrumpe la visualización del texto explicativo. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos están iluminados por luz natural - El 100% de los textos tienen un contraste óptimo: tipografía oscura (negro) sobre fondo claro (blanco). - El 100% de los paneles presentan superficies que, a pesar de poseer un material plástico protector, no producen brillos ni reflejos.
<p>1.7. Accesibilidad (silla de ruedas e invidencia) Ver imágenes de referencia 1.7</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad para personas en silla de ruedas: los paneles dispuestos en plano horizontal están a una altura de 95 cm como máximo del suelo. - Accesibilidad para personas invidentes: no existe versión en Braille ni audioguía complementaria. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad para personas en silla de ruedas: los paneles exteriores se colocan en soportes de plano inclinado a 32 cm como máximo del suelo. - Accesibilidad para personas invidentes: no existe versión en Braille ni audioguía complementaria.
<p>1.8. Estado de conservación (deterioro, suciedad) Ver imágenes de referencia 1.8</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 21% (4/19) de los textos están desgastados y se han producido pérdidas parciales del texto explicativo. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos del exterior ofrecen un deterioro tanto en el texto como en el soporte.

<p>2.1. Jerarquía de información (niveles de información) Ver imágenes de referencia 2.1</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información se presenta jerarquizada en 5 niveles informativos. - El 52% (10/19) de los textos jerarquizan internamente el mensaje con el empleo de títulos: <ul style="list-style-type: none"> - Texto de introducción: título + texto explicativo. - Textos de unidad temática: título + texto explicativo. - Textos de segundo nivel de información: texto explicativo / título + texto explicativo. - Texto vinculado a las piezas: texto explicativo - Cartelas: identificación de la pieza (título+técnica-material+cronología+lugar de localización) <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información se presenta jerarquizada en 1 nivel informativo. - El 100% de los textos jerarquizan internamente el mensaje con el empleo de títulos: <ul style="list-style-type: none"> - Textos de unidad temática: título + texto explicativo.
<p>2.2. Legibilidad (promedio de sílabas por palabras y palabras por oración según la Escala INFLESZ)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 63% (12/19) de los textos son de muy fácil, bastante fácil o normal legibilidad. - El 36% (7/19) de los textos son de legibilidad algo difícil. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 88% (16/18) de los textos son de muy fácil, bastante fácil o normal legibilidad. - El 12% (2/18) de los textos son de legibilidad algo difícil.
<p>2.3. Léxico empleado (tecnicismos y nivel del vocabulario)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos emplea un vocabulario claro y sencillo y explica la mayoría de tecnicismos. <p>Por ejemplo: " Estos centros industriales o <i>cetariae</i>...", "...se construye el mercado o <i>macellum</i>"</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sin embargo, el 73% (14/19) de los textos emplea otra terminología que no se explica y se dan por supuestos conocimientos históricos o geográficos que el visitante no necesariamente posee. <p>Por ejemplo: "ensenada del litoral suratlántico", "Cabos de Paloma y Camarinal", "...consiguió su propósito tras doblegar a cántabros y astures", "...<i>pulpitum</i> del teatro (espacio entre la <i>orchestra</i> y la <i>scaena</i>)...", "...oligarquías locales", "caracter púnico (Baal)".</p>

	<p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 95% (17/18) de los textos emplea un vocabulario claro y sencillo y, cuando se emplean tecnicismos, se explican con claridad. <p>Por ejemplo: "...una terraza, la <i>rostra</i>,..." Decumano Máximo, la calle principal..."</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sin embargo el 5% (1/18) restante utiliza localizaciones que el visitante no necesariamente posee. <p>Por ejemplo: "Loma de San Bartolomé..." "Sierra de la Higuera..."</p>
2.4. Técnicas de estimulación lectora (voz natural, expresión en positivo, familiaridad con la materia, contextualización social, empleo de preguntas, observación guiada, citas, humor y final impactante)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los textos expositivos siguen los estándares estilísticos tradicionales con una narración apropiada, aunque con un registro no excesivamente formal ni académico. Los textos de la exposición permanente no hacen uso de las técnicas de estimulación que según los expertos incitan la lectura del visitante. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los textos expositivos siguen los estándares estilísticos tradicionales con una narración apropiada, aunque con un registro no excesivamente formal ni académico. Los textos del yacimiento arqueológico no hace especial uso de las técnicas de estimulación. Sólo cabe destacar el empleo en un 33% (6/18) de los paneles gráficos de observación guiada mediante una ilustración que acompaña el texto y que a través de un sistema de colores tanto en el texto como en la ilustración, el visitante puede identificar cada una de las partes del edificio que se describe.

<p>2.5. Relación con lo expuesto (vinculación entre pieza y texto: contenido y distancia) Ver imágenes de referencia 2.5</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100 % de textos de segundo nivel informativo y el texto vinculado a las piezas hacen referencia a las piezas expuestas. - Sin embargo, las cartelas de dos vitrinas con un conjunto de piezas no demuestra una relación aparente con el contenido dela exposición. <p>Por ejemplo: en la vitrina dedicada al tema de la economía: pesquería y comercio, se exponen los siguientes objetos sin una clara vinculación con el tema si no se es experto en la materia: "Plato de barniz negro", "Sello de anillo", <i>Terra Sigillata</i> hispánica alto imperial", "<i>Terra sigillata</i> africana tardorromana", etc. En la vitrina dedicada a las creencias religiosas y el mundo funerario se exponen entre otros: "Arco de fibula", "Punzón", "Pulsera", "Espejo", "Terracota representando un gladiador", "Fragmento de asa de lucerna zoomorfa", etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 5% (1/19) de los textos se apoyan por ilustraciones que facilitan la comprensión de los contenidos. El panel introductorio se apoya por la ilustración de un mapa, sin embargo, cabe mencionar que las localizaciones que aparecen en el texto no son las mismas que aparecen en el mapa. - Cabe mencionar que en la sala aparece una cartela de pieza del mes y no hay nada expuesto ni explicación. - El 100 % de los textos de segundo nivel informativo y cartelas que hacen referencia a las piezas se encuentran en un perímetro inferior a 150 cm. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% hacen referencia y tienen una vinculación clara con los restos arqueológicos del yacimiento y su contexto. - El 100% de los textos están apoyados por ilustraciones de planos de los edificios o mapas del territorio que se describen en el texto. - El 100% de los textos pueden ser leídos al mismo tiempo que se observa el yacimiento.
---	--

<p>2.6. Guía de estilo (homogeneidad de criterios ideomáticos)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO Los textos siguen mayoritariamente los mismos criterios. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cursiva para nombres en latín: "<i>decumanus</i>", "<i>Curia</i>", "<i>tabernae</i>". - Tipografía redonda (no cursiva) para localizaciones romanas: "Corduba", "Astigi", "Gades". - Números del 1 al 9 con letra y el resto con números: "tres", "20.000". - Medidas sin abreviaciones: "13 hectáreas", "60 kilómetro". <p>- Sin embargo, se han localizado en el 26% (5/19) de los textos otros casos que no siguen sistemáticamente los mismos criterios, empleando las diferentes fórmulas incluso en el mismo texto. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dataciones con diverso sistema: "Siglo I d. C" y "Siglo I de la Era". - Dataciones con o sin abreviatura: "Siglo I d. C". o "siglo III". - Nombre en latín castellanizado y en cursiva: "<i>decumanos máximus</i>". <p>YACIMIENTO Los textos siguen sistemáticamente los mismos criterios. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cursiva para los nombres en latín: "<i>cella</i>", "<i>macellum</i>", "<i>garum</i>", "<i>cavea</i>". - Dataciones con similar abreviatura: "siglo I d.C.", "siglo II a.C.". Sólo en el texto dedicado al mercado (01_14) se ha localizado una excepción : "siglo III". - Medidas sin abreviaciones: "13 hectáreas", "ocho kilómetros", "67 metros". - Números del 1 al 10 con letra y el resto con números: "tres", "67".
---	---

3. Anexo	3.1. Otros medios de comunicación
	<p>Además de los textos expositivos el centro emplea otros medios de comunicación para ofrecer más contenidos de la exposición:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 maqueta con locución introduce al visitante en la historia del yacimiento y facilita la localización geográfica del emplazamiento arqueológico (español e inglés). Fuera de funcionamiento. - 3 interactivos táctiles sirven para facilitar más información sobre temas relacionados (español e inglés). Uno de ellos está fuera de funcionamiento. - 4 audiovisuales aportan más detalles e ilustran el tema expuesto (español e inglés). - 1 maqueta a escala real facilita la recreación visual de un espacio ya desaparecido (interior de una <i>domus</i>). - Folleto informativo (español, inglés, francés y alemán). - Visitas guiadas (Los miércoles te enseñamos Baelo Claudia). - Cuadernos didácticos. - Talleres didácticos. - Guía oficial (español e inglés). - Otras publicaciones. - Página web (español e inglés).

4. Imágenes de referencia

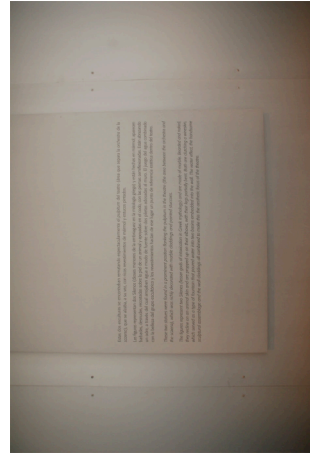
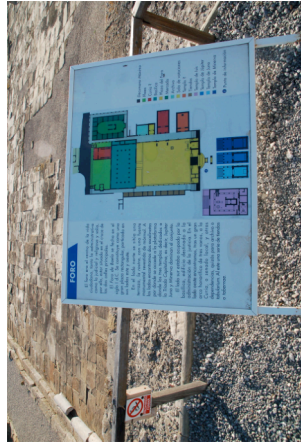
Imágenes de referencia 1.1

- Texto introductorio a la espalda de la entrada.
- Texto de segundo nivel informativo antes que vitrinas y texto de unidad temática.
- Textos enmarcados en franja visual.
- Textos en plano horizontal.
- Textos en plano oblicuo del yacimiento.



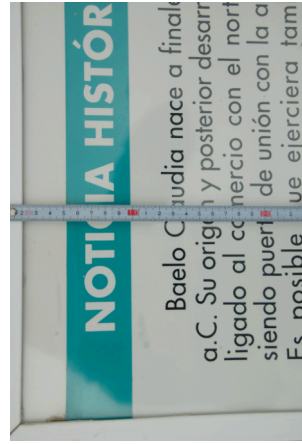
Imágenes de referencia 1.2

- Texto de unidad temática diferenciación con texto de segundo nivel informativo.
- Texto de segundo nivel informativo sin título.
- Texto de segundo nivel informativo con título.
- Texto de unidad temática del yacimiento con título



Imágenes de referencia 1.4

- Formato de texto del espacio expositivo.
- Formato de texto del yacimiento.



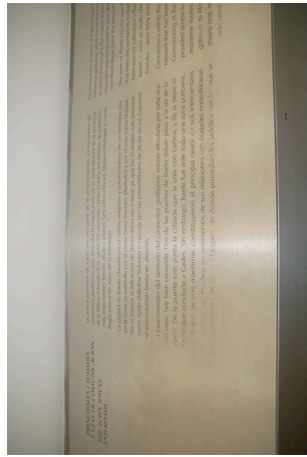
Imágenes de referencia 1.6

- Pieza delante del texto.



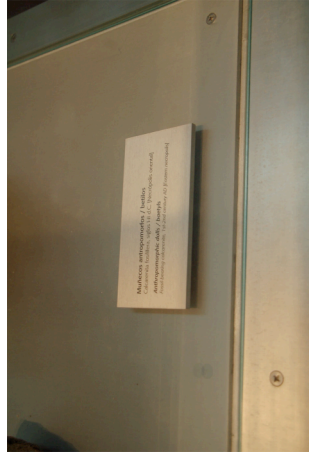
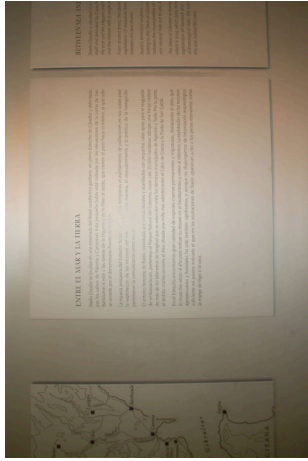
Imágenes de referencia 1.8

- Texto desgastado.
- Texto y soporte deteriorados.



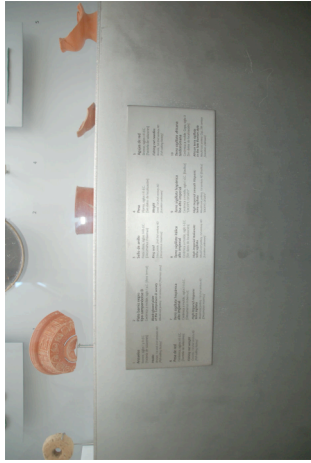
Imágenes de referencia 2.1

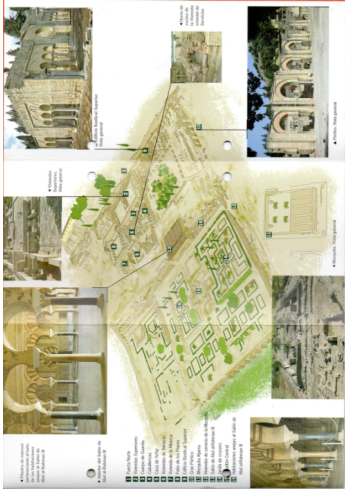
- Texto introductorio.
- Texto de unidad temática.
- Texto de segundo nivel informativo (sin título)
- Texto de segundo nivel informativo (con título)
- Texto vinculado a las piezas.
- Cartela.



Imágenes de referencia 2.5

- Vitrina economía: pesquería y comercio.
- Vitrina creencias religiosas y el mundo funerario.
- Pieza del mes ausente, sin fotografía ni explicación.
- Texto vinculado al yacimiento por ilustración y sistema de colores. El texto puede leerse al mismo tiempo que se observa el yacimiento.



ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 1
FICHA DE INTRODUCCIÓN		
1. IDENTIFICACIÓN		
1.1 Nombre	Conjunto arqueológico de Madinat al-Zahra	
1.2 Localización	Carretera de Palma del Río, km. 5,5 14071 Córdoba	
1.3 Contacto	Teléfono: 956106797 Fax: 957 35 28 67 Correo electrónico: madinatalzahra.ccul@juntadeandalucia.es Página Web: http://www.juntadeandalucia.es/cultura/museos/CAMA/	
1.4 Director actual	D. Antonio Vallejo Triano	
1.5 Imágenes del edificio	  	
1.6 Plano del espacio expositivo y del yacimiento		 

2. DATOS GENERALES DEL CONJUNTO ARQUEOLÓGICO	
2.1 Presentación del conjunto arqueológico	<p>El museo de Madinat al-Zahra, obra del arquitecto Nieto y Sobejanoes, es un edificio concebido como el punto de partida para la visita al yacimiento, con una presentación y exposición museográfica sobre Madinat al-Zahra. El espacio cuenta además con los siguientes servicios: auditorio, biblioteca especializada “Manuel Ocaña”, aula didáctica, sala de seminarios, almacenes, talleres de restauración, centro de documentación, oficinas, despachos, tienda y cafetería-restaurante</p> <p>La exposición permanente, muestra la historia de la ciudad califal a través de recursos interactivos, audiovisuales y la exhibición de las piezas más significativas de la colección. Los visitantes accederán a la sede institucional del conjunto arqueológico, donde pueden recorrer las nuevas instalaciones, en las que destaca el audiovisual de recreación virtual de Madinat al-Zahra que se proyecta en el auditorio y el espacio expositivo permanente de Madinat al-Zahra, con piezas originales y numerosos recursos explicativos que auxiliarán en la comprensión del yacimiento, desde los orígenes del mismo hasta su final destrucción y expolio. Una vez terminado el recorrido por este centro, los visitantes, pueden acceder al yacimiento arqueológico y seguir el itinerario recomendado en el folleto informativo.</p> <p>El museo del centro de visitantes de Madinat al-Zahra ha recibido el Premio Museo Europeo del Año (EMYA 2010). El Organismo que gestiona el galardón es EMF (European Museum Forum).</p>
2.2 Empresa responsable	<p>EMPTY</p> <p>http://empty.es/detalle.php?lang=es&idpro=42</p>
2.3. Fecha de inauguración/ renovación/instalación	<p>Octubre de 2009</p>
2.4 Estructuración de contenidos	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sala I: fundación y la construcción de Madinat al-Zahra. - Sala II: la ciudad y sus habitantes. - Sala III: destrucción y a recuperación de la ciudad. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conjunto arqueológico de Madinat al-Zahra (exterior): Madinat al-Zahra.

2.5 Inventario de elementos de gráfica expositiva	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sala I: 19 paneles gráficos (1 texto de introducción, 5 textos de unidad temática, 9 textos de segundo nivel informativo, 4 textos de tercer nivel informativo) - Sala II: 38 paneles gráficos (7 textos de unidad temática, 4 textos de segundo nivel informativo, 5 textos de tercer nivel informativo, 22 textos de explicación de piezas) - Sala III: 6 paneles gráficos (3 textos de unidad temática, 3 textos de explicación de piezas) <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conjunto arqueológico de Madinat al-Zahra (exterior): 17 paneles gráficos (17 textos de unidad temática)
2.6 Esquema gráfico del espacio expositivo	<p>01: Texto introductorio (Madinat al-Zahra, la ciudad califal (936-1013))</p> <p>01_1: Texto de unidad temática (¿Por qué se funda Madinat al-Zahra?)</p> <p>01_1_1: Texto de segundo nivel informativo (La figura del califa y los primeros califatos)</p> <p>01_1_2: Texto de segundo nivel informativo (La creación del califato)</p> <p>01_1_3: Texto de segundo nivel informativo (El califa como fundador)</p> <p>01_2: Texto de unidad temática (El mundo de Madinat al-Zahra)</p> <p>01_2_1: Texto de segundo nivel informativo (Madinat al-Zahra y al-Andalus)</p> <p>01_2_2: Texto de segundo nivel informativo (Madinat al-Zahra y el Mediterráneo)</p> <p>01_2_3: Texto de segundo nivel informativo (Madinat al-Zahra y otros califatos)</p> <p>01_2_3_1: Texto de tercer nivel informativo (Califato Omeya de Damasco)</p> <p>01_2_3_2: Texto de tercer nivel informativo (Califato Fatimí)</p> <p>01_2_3_3: Texto de tercer nivel informativo (Califato Abbasi)</p> <p>01_2_3_4: Texto de tercer nivel informativo (Califato Omeya)</p> <p>01_2_2: Texto de unidad temática (Madinat al-Zahra y Córdoba)</p> <p>01_3: Texto de unidad temática (La planificación de la ciudad)</p> <p>01_4: Texto de unidad temática (La ciudad y su territorio)</p> <p>01_4_1: Texto de segundo nivel informativo (Las comunicaciones)</p> <p>01_4_2: Texto de segundo nivel informativo (Abastecimiento de agua)</p> <p>01_4_3: Texto de segundo nivel informativo (Materiales de construcción)</p> <p>01_5: Texto de unidad temática (La Medina)</p>

01_6: Texto de unidad temática (Los habitantes de la Medina)
01_6_1: Texto de segundo nivel informativo (Espacios domésticos)
01_6_a: Texto vinculado a piezas (s/t: ajuar)
01_6_b: Texto vinculado a piezas (s/t: servicio de mesa)
01_6_c: Texto vinculado a piezas (s/t: zoco)
01_6_d: Texto vinculado a piezas (s/t: vigilancia)
01_7: Texto de unidad temática (La mezquita)
01_7_a: Texto vinculado a piezas (s/t: decoración)
01_7_b: Texto vinculado a piezas (s/t: inscripciones)
01_7_c: Texto vinculado a piezas (s/t: capiteles)
01_8: Texto de unidad temática (El Alcázar)
01_9: Texto de unidad temática (El agua en el Alcázar)
01_9_a: Texto vinculado a piezas (s/t: cierva)
01_10: Texto de unidad temática (Los habitantes en el Alcázar)
01_10_1: Texto de segundo nivel informativo (Los servidores)
01_10_1_1: Texto de tercer nivel informativo (Las viviendas de servicio)
01_10_a: Texto vinculado a piezas (s/t: talleres)
01_10_b: Texto vinculado a piezas (s/t: ajuar)
01_10_c: Texto vinculado a piezas (s/t: iluminación)
01_10_d: Texto vinculado a piezas (s/t: cerámica común)
01_10_e: Texto vinculado a piezas (s/t: cerámica vidriada)
01_10_f: Texto vinculado a piezas (s/t: servicio de mesa)
01_10_2: Texto de segundo nivel informativo (La élite del Estado)
01_10_g: Texto vinculado a piezas (s/t: capiteles)
01_10_h: Texto vinculado a piezas (s/t: reloj solar)
01_10_i: Texto vinculado a piezas (s/t: verde y manganésio)
01_10_2_1: Texto de tercer nivel informativo (¿Dónde viven?)
01_10_2_2: Texto de tercer nivel informativo (¿Dónde trabajan?)
01_10_3: Texto de segundo nivel informativo (El califa y el príncipe)

	<p>01_10_j: Texto vinculado a piezas (s/t: salón de recepciones)</p> <p>01_10_k: Texto vinculado a piezas (s/t: baños)</p> <p>01_10_l: Texto vinculado a piezas (s/t: cerámica)</p> <p>01_10_m: Texto vinculado a piezas (s/t: decoración del Salón Rico)</p> <p>01_10_n: Texto vinculado a piezas (s/t: otra cerámica)</p> <p>01_10_3_1: Texto de tercer nivel informativo (Vida pública)</p> <p>01_10_2_2: Texto de tercer nivel informativo (Vida privada)</p> <p>01_11: Texto de unidad temática (La destrucción)</p> <p>01_11_a: Texto vinculado a piezas (s/t: regalos)</p> <p>01_12: Texto de unidad temática (El expolio)</p> <p>01_12_a: Texto vinculado a piezas (s/t: expolio)</p> <p>01_13: Texto de unidad temática (La recuperación)</p> <p>01_13_a: Texto vinculado a piezas (s/t: trabajo de recuperación)</p>
2.6 Esquema gráfico del yacimiento arqueológico	<p>01_1: Texto de unidad temática (Puerta norte)</p> <p>01_2: Texto de unidad temática (Edificio Basilical superior)</p> <p>01_3: Texto de unidad temática (Calle en rampa)</p> <p>01_4: Texto de unidad temática (Gran pórtico y plaza de armas)</p> <p>01_5: Texto de unidad temática (Mequita)</p> <p>01_6: Texto de unidad temática (Jardín alto y Pabellón central)</p> <p>01_7: Texto de unidad temática (Salón de Abd al-Rahman III)</p> <p>01_8: Texto de unidad temática (Caballerizas)</p> <p>01_9: Texto de unidad temática (Jardines)</p> <p>01_10: Texto de unidad temática (Casa de <i>Ya'far</i>. Portada y edificio basilical)</p> <p>01_11: Texto de unidad temática (Casa de <i>Ya'far</i>. Ámbito íntimo)</p> <p>01_12: Texto de unidad temática (Casa de <i>Ya'far</i>. Ámbito de servicio)</p> <p>01_13: Texto de unidad temática (Vivienda de servicio (oeste))</p> <p>01_14: Texto de unidad temática (Vivienda de servicio (este))</p> <p>01_15: Texto de unidad temática (Cuerpo de guardia)</p> <p>01_16: Texto de unidad temática (Vivienda superior (este))</p> <p>01_17: Texto de unidad temática (Vivienda superior (oeste))</p>

ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 2	
FICHA DE ANÁLISIS		Código de Registro: 03.2	Denominación: conjunto arqueológico
1. Factores físicos			
1.1. Localización del texto expositivo (ubicación física y localización respecto al visitante) Ver imágenes de referencia 1.1	ESPACIO EXPOSITIVO - El 100% de los textos están dispuestos en el recorrido siguiendo un planteamiento temático lógico. - Los paneles que están dispuestos en plano vertical no siguen una alineación concreta, ni se centran a un eje general para todos los espacios. Los textos están alineados de forma irregular para adaptarse a los diversos formatos de los paneles gráficos y los distintos espacios. Los textos de todo el recorrido se enmarcan en una franja visual que llega a un máximo de 188 cm y un mínimo de 60 cm del suelo, excepto un texto (01_2_3_3) que su cota ascienden a 220 cm del suelo. - Los paneles gráficos presentados en plano horizontal u oblicuo están a una altura media que varía entre 70 y 80 cm del suelo. Excepto en el caso de 5 cartelas que la cota descende a 5 cm desde el suelo.		
	YACIMIENTO - El 100% de los textos están dispuestos en el recorrido siguiendo un planteamiento temático lógico. - El 100% de los paneles están dispuestos en plano inclinado entre 60 y 70 cm del suelo.		
1.2. Jerarquía gráfica (distinción gráfica entre niveles informativos e idiomas) Ver imágenes de referencia 1.2	ESPACIO EXPOSITIVO - La diferenciación entre los niveles informativos se realiza por la variación de tamaños del texto. - El 65% (41/63) de los textos jerarquizan internamente su información dividiendo el texto en título y texto explicativo. El título es claramente diferenciable con respecto al texto explicativo al ofrecer una tipografía de tamaño superior y mayúsculas. - Cabe resaltar la dificultad de diferenciación entre los niveles por varias razones: - La variación de los tamaños letra entre los distintos niveles es excesivamente leve. - Los paneles gráficos presentan un planteamiento muy diverso y los textos independientemente del nivel informativo que representen están colocados a diversas alturas. - Según el material del soporte se emplea un color diferente para el texto (blanco para los soportes metálicos y, blanco y naranja para los soportes negros). Da la impresión de ofrecer un nivel informativo diferente al		

	<p>no ser un sistema uniforme para todos los textos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos están escritos en dos idiomas (español e inglés). Para diferenciar los idiomas se emplean varios métodos: variación de color del texto inglés (sólo cuando el soporte es negro) y diferentes tamaños de tipografía y longitud de línea (en todos los paneles gráficos). <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos poseen un único nivel informativo (textos de unidad temática). - El 100% de los textos jerarquizan internamente su información con el empleo de título, subtítulo y texto explicativo. <p>El título y el subtítulo es fácilmente diferenciable al ofrecer una tipografía de tamaño superior, mayúsculas y color diferente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos están escritos en dos idiomas (español e inglés). Para diferenciar los idiomas se emplea exclusivamente la cursiva para el texto en inglés, aunque se ha detectado que el 23% (4/17) no presenta el texto en cursiva.
1.3. Cantidad de texto (cantidad de palabras por texto según niveles informativos)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título de bloque temático: 8/5/7 palabras. - Texto de introducción: 119 palabras. - Textos de unidad temática: 45/32/65/100/56/71/66/81/148/177/112/92/122/206/214 palabras. - Textos de segundo nivel informativo: 102/142/105/94/58/6/93/75/138/88/109/173/165 palabras. - Textos de tercer nivel informativo: 30/38/45/54/65/117/113/133/149 palabras. - Textos vinculados a las piezas: 47/73/58/52/64/114/81/22/15/23/46/47/37/75/103/94/91/99/95/94/84/50/65/72/80 palabras. - El 100% de los títulos encajan con las indicaciones de los expertos sobre el número de palabras. - El 5% (3/63) de paneles gráficos de la exposición superan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos.

	<p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título: 8/9/8/7/8/9/14/8/6/13/9/10/10/10/13/7/9 palabras. - Textos de unidad temática: 179/150/137/149/176/141/139/133/167/109/107/67/131/115/107/128/118 palabras. - El 17% (3/17) de los títulos superan las indicaciones de los expertos sobre el número de palabras. - El 17% % (3/17) de los textos del yacimiento superan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos. - El tiempo estimado de lectura total de los textos asciende a 32 minutos (7912 palabras).
<p>1.4. Formato de texto (tipografía, tamaño e interlineado) Ver imágenes de referencia 1.4</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipografía: El 100% de los textos están escritos con una tipografía legible. Tanto los títulos como los bloques de texto presentan una tipografía <i>Sans Serif</i>. - Tamaño: El 100% de las tipografías tienen un tamaño que encajan en las recomendaciones. - Interlineado: El 100% de los textos posee un interlineado armonioso apropiado para la lectura. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipografía: El 100% de los textos están escritos con una tipografía legible. Tanto los títulos como los bloques de texto presentan una tipografía <i>Sans Serif</i>. - Tamaño: El 100% de las tipografías tienen un tamaño aparentemente menor al recomendado. - Interlineado: El 100% de los textos posee un interlineado pequeño según las indicaciones.
<p>1.5. Maquetación del panel gráfico (longitud de línea, alineación del texto y detalles)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Texto de introducción: 48 caracteres aproximadamente por línea. - Textos de unidad temática: 26/34/25/38/32/27/47/44/43/43/50/47/38/37/48 caracteres aproximadamente por línea. - Textos de segundo nivel informativo: 53/47/46/51/54/50/41/41/52/36/49/60/56 caracteres aproximadamente por línea. - Textos de tercer nivel informativo: 32/33/34/38/52/65/71/68/67 caracteres aproximadamente por línea. - Textos vinculados a las piezas: 34/35/35/34/38/56/51/54/51/55/54/57/47/44/52/48/57/50/31/57/36/52/60/48/34 caracteres aproximadamente por línea. - El 34% (22/63) de los paneles gráficos del espacio expositivo se encuentran por encima o por debajo de los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. - El 100% de los textos son justificados.

	<p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Textos de unidad temática: 43/46/44/84/41/44/43/41/38/42/36/32/46/41/44/44/44 caracteres aproximadamente por línea. - El 23% (4/17) de los textos del yacimiento de los paneles gráficos del yacimiento arqueológico supera o está por debajo de los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. - El 100% de los textos están alineados a la izquierda.
--	---

1.6. Visibilidad (iluminación, contraste e interferencias visuales)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos están correctamente iluminados. - El 100% de los textos tienen un contraste medio: tipografía clara (blanco o naranja) sobre un fondo oscuro (negro o acero cortén). - El 100% de los paneles presentan superficies tanto mates como vidriadas que no producen brillos ni reflejos. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos están iluminados por luz natural - El 100% de los textos tienen un contraste óptimo: tipografía oscura (negro) sobre fondo claro (blanco). - El 100% de los paneles presentan superficies mates que no producen brillos ni reflejos.
1.7. Accesibilidad (silla de ruedas e invidencia)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad para personas en silla de ruedas: los paneles dispuestos en plano horizontal u oblicuo están a una altura entre 70 y 80 cm del suelo. - Accesibilidad para personas invidentes: existe versión en Braille de los textos y está en proceso una audioguía complementaria. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad para personas en silla de ruedas: los paneles exteriores son soportes de plano inclinado a 70 cm como máximo del suelo, sin embargo el acceso no es apropiado para sillas de ruedas. - Accesibilidad para personas invidentes: existe versión en Braille de los textos y está en proceso una audioguía complementaria.
1.8. Estado de conservación (deterioro, suciedad)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos se encuentran en perfecto estado de conservación. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos se encuentran en perfecto estado de conservación.

2. Factores cognitivos	
2.1. Jerarquía de información (niveles de información) Ver imágenes de referencia 2.1	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información se presenta jerarquizada en 6 niveles informativos. - El 65% (41/63) de los textos jerarquiza internamente el mensaje con el empleo de títulos: <ul style="list-style-type: none"> - Título de bloque temático: título. - Texto de introducción: título + texto explicativo. - Textos de unidad temática: título + texto explicativo. - Textos de segundo nivel informativo: título + texto explicativo. - Textos de tercer nivel informativo: título + texto explicativo. - Textos vinculados a las piezas: texto explicativo. - Cartelas: identificación de la pieza (título+descripción+cronología+origen) <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información se jerarquiza en 1 nivel informativo. - El 100% de los textos jerarquiza internamente el mensaje con el empleo de títulos y subtítulos: <ul style="list-style-type: none"> - Textos de unidad temática: título + subtítulo + texto explicativo.
2.2. Legibilidad (promedio de sílabas por palabras y palabras por oración según la Escala INFLESZ)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 66% (42/63) de los textos son de bastante fácil o normal legibilidad. - El 33% (21/63) de los textos son de legibilidad algo difícil o muy difícil. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos son de legibilidad normal o bastante fácil.
2.3. Léxico empleado (tecnicismos y nivel del vocabulario)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 87% (55/63) de los textos emplean un vocabulario accesible y comprensible para todos los públicos y, aunque se empleen algunos tecnicismos, es posible continuar la lectura y comprender el significado de la globalidad del texto. Por ejemplo: "Esta serie de ataífores (platos), ... " <i>hayib</i> (primer ministro), ...". - Sin embargo, el 80% (8/10) de los textos de la primera y segunda unidad temática emplean tecnicismos que no se explican y se dan por supuestos conocimientos históricos o geográficos que el visitante no necesariamente posee. Por ejemplo: "...Islam ortodoxo o sunní...", "...heterodoxos shííes...", "...al-Madiya, Sabra Mensuriyya y al-Qahira...", "...arrabales occidentales...", "...decoración parietal...", "...prospecciones geofísicas...", "...muralla meridional,....". <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos emplea un vocabulario accesible y si emplea tecnicismos se explican con claridad. Por ejemplo: "...pintados de blanco y almagra (rojo oscuro)...", "...visires (ministros)...".

<p>2.4. Técnicas de estimulación lectora (voz natural, expresión en positivo, familiaridad con la materia, contextualización social, empleo de preguntas, observación guiada, citas, humor y final impactante)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO Los textos expositivos siguen los estándares estilísticos tradicionales con una narración apropiada y con un registro no excesivamente formal ni académico (excepto los textos de la primera y segunda unidad temática). Los textos de la exposición permanente, hacen uso de algunas de las técnicas de estimulación que según los expertos incitan la lectura del visitante. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preguntas: "¿Dónde viven?" - Voz natural: "Atrévete y conoce la historia...te sorprenderá" - Contextualización social: "Los altos personajes que trabajan y residen en el Alcázar son atendidos por numerosos servidores que viven en la Medina" - Citas: "Me detuve en al-Zahra, lloroso y meditabundo... al-Sumaysir (final del siglo XI)" - Corregir ideas erróneas preconcebidas: "Frente a las leyendas sobre el origen exótico, la diversidad de materiales utilizados procede se los alrededores de la ciudad" <p>YACIMIENTO Los textos expositivos siguen los estándares estilísticos tradicionales con una narración apropiada, especialmente natural y atractiva, empleando un registro no excesivamente formal ni académico. Los textos hacen uso de algunas de las técnicas de estimulación que según los expertos incitan la lectura del visitante. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preguntas: "¿Cómo olería esta vivienda?, ¿Qué sonidos se escucharían?" - Contextualización social: "La guardia de la ciudad y los funcionarios de palacio se colocaban en perfecta formación sobre los poyetes..." - Observación guiada: "Observará que el ingreso es un pasillo..."
<p>2.5. Relación con lo expuesto (vinculación entre pieza y texto: contenido y distancia) Ver imágenes de referencia 2.5</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de textos vinculados a las piezas hace referencia a la pieza o conjunto de piezas expuestas. - El 44% (11/25) de estos textos van apoyados por una ilustración que vincula y facilita la identificación de la pieza. - El 100% de las cartelas demuestra la relación existente entre la pieza que identifica y el contenido de la exposición gracias a la ayuda de los textos vinculados a las piezas. - El 52% (33/63) de los textos se apoyan por ilustraciones que facilitan la comprensión de los contenidos. - El 100 % de los textos vinculados a las piezas o cartelas que hacen referencia a las piezas se encuentran en un perímetro inferior a 150 cm.

	<p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos hacen referencia a los restos arqueológicos del yacimiento y su contexto. - El 100% de los textos están apoyados por ilustraciones de planos y alzados de los edificios que se describen en el texto. El visitante puede vincular con facilidad la imagen con los restos arqueológicos del yacimiento. - El 100% de los textos pueden ser leídos al mismo tiempo que se observa el yacimiento.
2.6. Guía de estilo (homogeneidad de criterios ideomáticos)	<p>Los textos siguen estrictamente los mismos criterios. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cursiva para los nombres en lengua árabe: "<i>Dar al-Mulk</i>", "<i>mihrab</i>", "<i>hayib</i>". - Datación por sistema numérico: "año 936", "año 910", "año 929". - Números del 1 al 9 con letra y el resto con números: "tres", "756". - Datación por siglos sin d.C: "siglo X", "siglo VIII", "siglo XI". - Empleo sistemático de los términos con la misma nomenclatura: "Madinat al-Zahra", "Córdoba", "al-Andalus".

3. Anexo	3.1. Otros medios de comunicación
	<p>Además de los textos expositivos el centro emplea otros medios de comunicación para ofrecer más contenidos de la exposición:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 audiovisual de introducción con la reconstrucción virtual de Madinat-al Zahra (español e inglés). - 33 de los textos de la exposición se apoyan de ilustraciones para facilitar la comprensión. - 13 audiovisuales aportan más detalles e ilustran el tema expuesto (español e inglés). - 3 interactivos táctiles sirven para facilitar más información sobre temas relacionados (español e inglés). - 1 maqueta facilita la localización geográfica del emplazamiento arqueológico. - Folleto informativo (español, inglés y francés y alemán). - Programas educativos para escolares. - Guía oficial (español e inglés). - Otras publicaciones. - Folleto en Braille. - Página web (español e inglés).

4. Imágenes de referencia

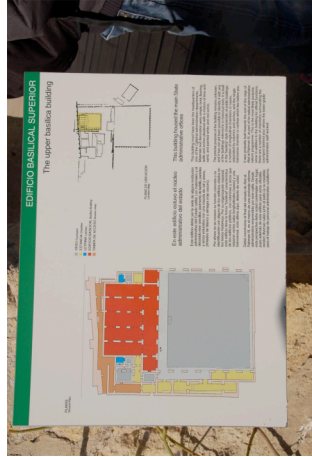
Imágenes de referencia 1.1

- Franja visual.
- Textos en plano horizontal.
- Textos por encima de la franja visual.
- Cartelas por debajo de la franja visual.
- Texto de plano oblicuo del yacimiento.



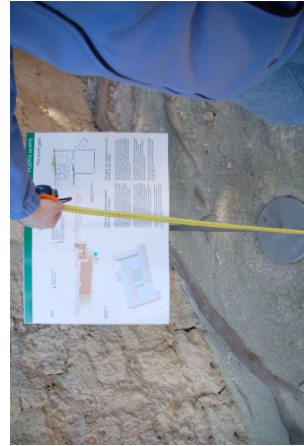
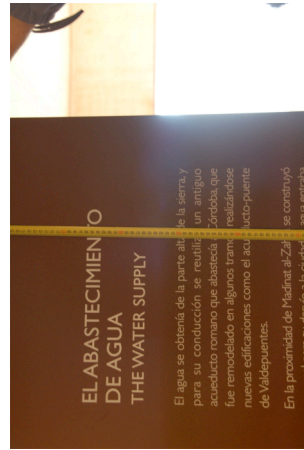
Imágenes de referencia 1.2

- Escasa diferenciación gráfica entre distintos niveles informativos.
- Diferente soporte, diferente diseño.
- Diferenciación gráfica de idiomas.
- Texto de unidad temática del yacimiento con título (texto inglés en cursiva)
- Texto de unidad temática del yacimiento con título (texto inglés sin cursiva)



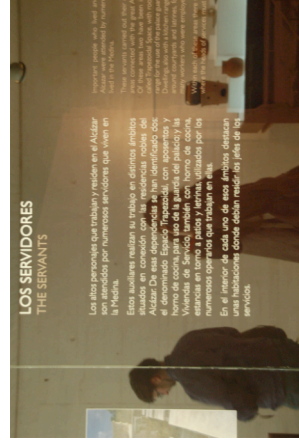
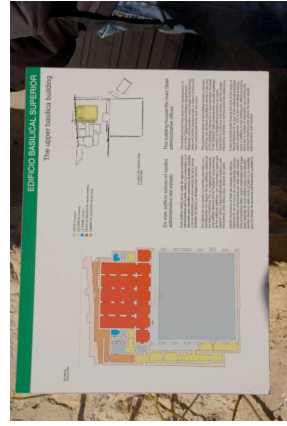
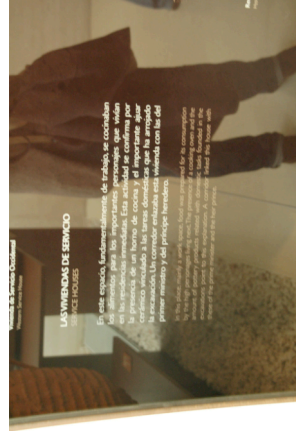
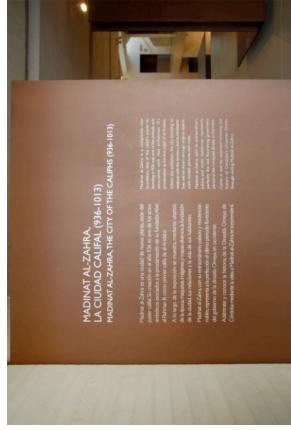
Imágenes de referencia 1.4

- Formato de texto del espacio expositivo.
- Formato del texto del yacimiento: tipografía e interlineado pequeños.



Imágenes de referencia 2.1


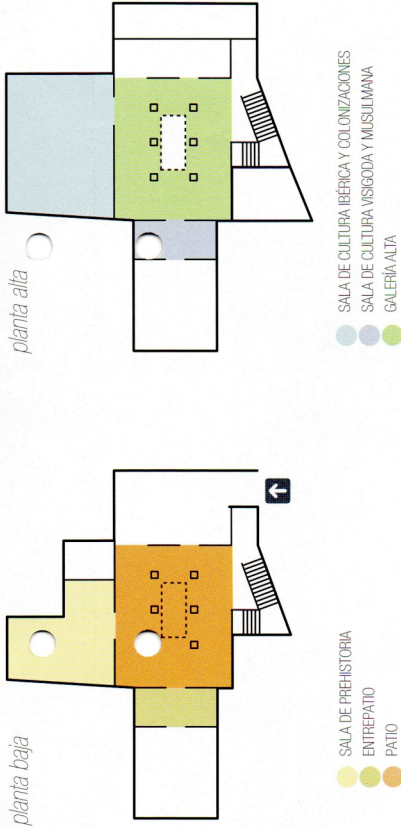
- Texto introductorio.
- Texto de unidad temática.
- Texto de segundo nivel informativo
- Texto de tercer nivel informativo
- Texto vinculado a las piezas.
- Cartela.
- Texto unidad temática yacimiento.



Imágenes de referencia 2.5

- Textos vinculados a las piezas por ilustración.
- Textos del yacimiento vinculados con el yacimiento por ilustración. El texto puede leerse al mismo tiempo que se observa el yacimiento.



ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 1
FICHA DE INTRODUCCIÓN		
1. IDENTIFICACIÓN		
1.1 Nombre	Museo arqueológico de Úbeda	
1.2 Localización	Casa Mudéjar C/ Cervantes, 6 23400 Úbeda (Jaén)	
1.3 Contacto	Teléfono: 953 77 94 32 Fax: 953 77 94 37 Correo: museoarqueologicoubeda.ccul@juntadeandalucia.es Página Web: http://www.juntadeandalucia.es/cultura/museos/MAUB/?Ing=es	
1.4 Director actual	D. José Luis Latorre Bonachera	
1.5 Imagen del edificio		
1.6 Plano del espacio expositivo		 <p>planta baja</p> <p>planta alta</p> <p> ● SALA DE PREHISTORIA ● ENTREPATIO ● PATIO </p> <p> ● SALA DE CULTURA IBÉRICA Y COLONIZACIONES ● SALA DE CULTURA VISIGODA Y MUSULMANA ● GALERÍA ALTA </p>

2. DATOS GENERALES DEL MUSEO ARQUEOLÓGICO

2.1 Presentación del museo arqueológico	<p>El museo arqueológico de Úbeda se halla ubicado en la <i>Casa Mudéjar</i>, un interesante ejemplo de arquitectura doméstica de entre los siglos XIV y XV. Las distintas salas de la exposición se organizan en los dos niveles de altura del edificio en torno al patio central. El espacio expositivo está condicionado por las características del edificio y se extiende tanto a las tres salas como al porche de entrada, el patio, entrepatio y galería alta. Las tres salas siguen un discurso marcadamente cronológico y temático, sin embargo, el discurso del resto de dependencias sufre saltos cronológicos debido a la necesidad de adaptar las piezas a los espacios disponibles. La mayoría de las piezas expuestas son depósito del museo de Jaén que proceden tanto de donaciones, como es el caso de la colección Cazabán compuesta de material arqueológico de diversas culturas, como de excavaciones de la provincia. Entre éstas podemos mencionar la de La Calera (La Carolina), con material prehistórico; Castellones de Ceal (Hinojares), con importantes restos cerámicos de época ibérica; Collado de los Jardines o Castellar de Santisteban, para los exvotos ibéricos, tanto de bronce como de terracota. La colección también aumentó por los restos arqueológicos procedentes de la propia ciudad, de yacimientos cercanos y algunas excavaciones sistemáticas.</p>
2.2 Empresa responsable	Personal técnico del museo arqueológico de Úbeda.
2.3. Fecha de inauguración/renovación/instalación	2003-2004
2.4 Estructuración de contenidos	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porche de entrada: piezas romanas. - Sala I: prehistoria. - Patio: piezas romanas y medievales. - Entrepatio: piezas romanas e iberorromanas. - Sala II: cultura ibérica y colonizaciones. - Sala III: cultura visigoda, época medieval cristiana y musulmana y edad moderna. - Galería alta: piezas romanas, medievales y modernas.

2.5 Inventario de elementos de gráfica expositiva	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porche de entrada: 1 panel gráfico (1 texto de introducción). - Sala I: 12 paneles gráficos (3 textos de unidad temática, 9 textos vinculados a las piezas). - Patio: 2 paneles gráficos (2 textos de unidad temática, textos textos vinculados a las piezas). - Entrepatio: 1 panel gráfico (1 texto de unidad temática). - Sala II: 12 paneles gráficos (4 textos de unidad temática, 8 textos vinculados a las piezas). - Sala III: 6 paneles gráficos (3 textos de unidad temática, 3 textos vinculados a las piezas). - Galería alta: 2 paneles gráficos (1 texto de unidad temática, 1 texto vinculado a las piezas).
2.6 Esquema gráfico del espacio expositivo	<p>01: Texto introductorio (La Casa Mudéjar sede del museo arqueológico)</p> <p>01_1: Texto de unidad temática (El hombre en la prehistoria)</p> <p>01_1_a: Texto vinculado a las piezas (Preparación de los alimentos)</p> <p>01_1_b: Texto vinculado a las piezas (Conservación de los alimentos)</p> <p>01_1_c: Texto vinculado a las piezas (Religiosidad)</p> <p>01_1_d: Texto vinculado a las piezas (El adorno personal)</p> <p>01_1_e: Texto vinculado a las piezas (La cerámica)</p> <p>01_1_f: Texto vinculado a las piezas (Industria sobre madera y fibras vegetales)</p> <p>01_1_g: Texto vinculado a las piezas (Industria sobre piedra)</p> <p>01_1_h: Texto vinculado a las piezas (Industria sobre hueso)</p> <p>01_1_i: Texto vinculado a las piezas (Útiles de uso cotidiano)</p> <p>01_2: Texto de unidad temática (Prehistoria de la provincia de Jaén)</p> <p>01_3: Texto de unidad temática (Prehistoria en Úbeda)</p> <p>01_3: Texto de unidad temática (El mundo ibérico)</p> <p>01_3_a: Texto vinculado a las piezas (Economía)</p> <p>01_3_b: Texto vinculado a las piezas (Vida cotidiana)</p> <p>01_4: Texto de unidad temática (El arte ibérico)</p> <p>01_4_a: Texto vinculado a las piezas (Cerámica ibérica)</p> <p>01_4_b: Texto vinculado a las piezas (Religión)</p> <p>01_4_c: Texto vinculado a las piezas (Mundo funerario)</p> <p>01_4_d: Texto vinculado a las piezas (Cerámica ática de importación)</p>

	01_5: Texto de unidad temática (Colonizaciones)
	01_6: Texto de unidad temática (Cultura Hispanorromana)
	01_6_a: Texto vinculado a las piezas (Vida cotidiana)
	01_6_b: Texto vinculado a las piezas (Creencias y mundo funerario)
	01_7: Texto de unidad temática (Estelas funerarias romanas)
	01_8: Texto de unidad temática (Monumento funerario romano)
	01_9: Texto de unidad temática (Los leones guardianes de tumbas)
	01_10: Texto de unidad temática (Restos medievales y de la <i>Casa Mudéjar</i>)
	01_11: Texto de unidad temática (Cultura tardorromana y visigoda)
	01_11_a: Texto vinculado a las piezas (Cultura tardorromana y visigoda)
	01_12: Texto de unidad temática (Úbeda musulmana)
	01_13: Texto de unidad temática (Úbeda medieval y renacentista)
	01_13_a: Texto vinculado a las piezas (Cultura medieval cristiana y moderna)

ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 2	
FICHA DE ANÁLISIS		Código de Registro: 04.2	Denominación: museo arqueológico
1. Factores físicos			
1.1. Localización del texto expositivo (ubicación física y localización respecto al visitante) Ver imágenes de referencia 1.1	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 14% (5/34) de los textos están dispuestos en el recorrido sin un planteamiento cronológico lógico. Como se aclara en el apartado 2.4 de la ficha 04.1, la estructuración de los contenidos queda interrumpida debido a las características del edificio. Las piezas y sus textos han tenido que adaptarse al espacio disponible rompiendo claramente el discurso expositivo. Además de estas incidencias de razones espaciales, el 12% (4/31) de los textos de la exposición también se localizan incoherentemente con respecto al discurso cronológico y temático: <ul style="list-style-type: none"> - 01_1: el panel gráfico se encuentra en una esquina de la sala, encajonado entre dos vitrinas que dificulta su visualización y acceso, a pesar de ser el texto que da inicio a la primera unidad temática (prehistoria). Además presenta un formato gráfico diferente al resto. - 01_7/01_9: por aprovechar el soporte por las dos caras, los paneles gráficos se posicionan en el recorrido después de la vitrina que expone las piezas de los periodos que describen. El visitante primero se encuentra con las piezas y después con el texto de unidad temática que explica el contexto histórico. - 01_14: el panel gráfico se posiciona en el recorrido después de la vitrina que expone las piezas del periodo que describe. El visitante se encuentra primero con las piezas y después con el texto de unidad temática que explica el contexto histórico. - Los paneles que están dispuestos en plano vertical están enmarcados en una franja visual desde los 167 cm del suelo hasta los 85 cm aproximadamente del suelo. 		
1.2. Jerarquía gráfica (distinción gráfica entre niveles informativos e idiomas) Ver imágenes de referencia 1.2	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe diferenciación gráfica entre el texto introductorio y los textos de unidad temática, sin embargo, queda clara la función introductoria del primer panel gracias a su localización. El texto introductorio se ubica en el porche de entrada al edificio, siendo lo primero que el visitante encuentra al acceder al museo. - El 73% (11/15) de los textos introducción y unidad temática jerarquizan internamente su información dividiendo el texto en título, varios subtítulos y textos explicativos. El 27% (4/15) no hacen uso de subtítulos y jerarquizan el texto con título y texto explicativo. El título y los diversos subtítulos son fácilmente diferenciables de los textos 		

	<p>explicativos al ofrecer una tipografía de tamaño superior, mayúsculas y color diferente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 85% (17/20) de los textos de descripción de piezas jerarquizan internamente su información dividiendo el texto en título, subtítulo y texto explicativo. El 15% (3/20) de los textos de descripción de piezas jerarquizan internamente su información dividiendo el texto en título y texto explicativo. El título y los subtítulos son fácilmente diferenciables de los textos explicativos al ofrecer una tipografía de tamaño superior. - Todos los textos están escritos en un idioma (español).
1.3. Cantidad de texto (cantidad de palabras por texto según niveles informativos)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Títulos y subtítulos: 7-5-2-2/5-6-3-5-3/5-10-5-4/3-4-2/1-1/2/7-4-1-3/4-2-2-2/2-2-2/4/3-3-3-2-4/4-3-2/1-4/1-4/1-1-3/1-2/1-6/1-3/1-4/1-1/2-2/2-2/2-1/2-2/2-4/2-2-3/4/5 palabras. - Texto de introducción: 1 panel gráfico dividido en varios textos (127-212-150 palabras). - Textos de unidad temática: 437/1 panel gráfico dividido en varios textos (121-120-173-319)/1 panel gráfico dividido en varios textos (380-76-267-188)/1 panel gráfico dividido en varios textos (67-228-101)/1 panel gráfico dividido en varios textos (146-104-70)/268/405/1 panel gráfico dividido en varios textos (214-152-55)/1 panel gráfico dividido en varios textos (292-111-191-268)/1 panel gráfico dividido en varios textos (264-225-230)/524/1 panel gráfico dividido en varios textos (93-152-154)/1 panel gráfico dividido en varios textos (168-357-219)/1 panel gráfico dividido en varios textos (276-66-80) palabras. - Textos vinculados a las piezas: 101/82/129/63/150/98/133/97/54/143/155/108/123/107/94/148/145/152/89 palabras - El 100% de los títulos y subtítulos se ajustan a las indicaciones de los expertos. - El 62% (25/40) de los textos que componen los paneles gráficos de introducción y unidades temáticas sobrepasan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos. Si se contabiliza el total de los textos por panel gráfico el 100% sobrepasa considerablemente las recomendaciones. - El 11% (2/19) de los textos vinculados a las piezas sobrepasan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos. - El tiempo estimado de lectura total de los textos de todo el conjunto arqueológico asciende a 41 minutos aproximadamente (9900 palabras) .

<p>1.4. Formato de texto (tipografía, tamaño e interlineado) Ver imágenes de referencia 1.4</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipografía: El 94% (32/34) de los textos están escritos con una tipografía legible. Tanto los títulos como los subtítulos y los bloques de texto presentan tipografía <i>Sans Serif</i>. El 6% (2/34) presenta la misma tipografía, aunque en cursiva. - Tamaño: El 100% de las tipografías tienen un tamaño que encajan en las recomendaciones. - Interlineado: El 100% de los textos posee un interlineado pequeño según las indicaciones.
<p>1.5. Maquetación del panel gráfico (longitud de línea, alineación del texto y detalles) Ver imagen de referencia 1.5</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Texto de introducción: 45/36/86 caracteres aproximadamente por línea. - Textos de unidad temática: 71/44/45/1 bloque de texto con diferentes longitudes de línea (75-34)/114/50/55/35/22/66/48/16/82/30/28/50/1 bloque de texto con diferentes longitudes de línea (69-27)/1 bloque de texto con diferentes longitudes de línea (68-26)/45/84/37/62/54/1 bloque de texto con diferentes longitudes de línea (35-60)/53/25 caracteres aproximadamente por línea. - Textos vinculados a las piezas: 51/51/65/42/60/49/64/51/51/57/57/54/57/52/55/58/56/57/52 caracteres aproximadamente por línea. - El 55% (25/45) de los bloques de texto de los paneles gráficos de introducción y unidad temática están por encima y por debajo de los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. El 93% (14/15) de los paneles gráficos de introducción y unidad temática poseen algún bloque de texto que sobrepase o esté por debajo de las indicaciones de los expertos. - El 100% de los textos vinculados a las piezas encajan en los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. - El 100 % de los textos son justificados y los textos vinculados a las piezas presentan espacios irregulares entre las palabras.

<p>1.6. Visibilidad (iluminación, contraste e interferencias visuales) Ver imagen de referencia 1.6</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 81% (31/34) de los paneles gráficos están correctamente iluminados. La Sala II presenta una iluminación muy baja que reduce la visibilidad de sus cuatro textos de unidad temática (01_3, 01_4, 01_5 y 01_6) y uno de los textos de descripción de piezas que se encuentran en el interior de una de las vitrinas (01_6_b). - El 100% de los textos tienen un contraste medio: tipografía oscura (negro) sobre un fondo claro. - El 100% de los paneles presentan superficies brillantes por los materiales protectores. El 41% (15/36) de los paneles gráficos (textos de unidad temática) producen brillos y reflejos que reducen la visibilidad de los textos.
<p>1.7. Accesibilidad (silla de ruedas e invidencia) Ver imagen de referencia 1.7</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad para personas en silla de ruedas: no existen medios técnicos que permitan el acceso de las sillas de ruedas a la planta segunda del edificio. Los textos dispuestos en plano horizontal se ubican en el interior de las vitrinas a 85 cm del suelo. - Accesibilidad para personas invidentes: no existe versión en Braille ni audioguía complementaria.
<p>1.8. Estado de conservación (deterioro, suciedad)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos se encuentran en buen estado de conservación.

2. Factores cognitivos	
2.1. Jerarquía de información (niveles de información) Ver imágenes de referencia 2.1	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información se presenta jerarquizada en 5 niveles informativos. - El 85% (29/34) de textos jerarquizan internamente el mensaje con el empleo de título y subtítulo. - El 15% (5/34) de los textos jerarquizan el mensaje con el empleo de título: <ul style="list-style-type: none"> - Texto de introducción: título + subtítulos + textos explicativos. - Textos de unidad temática: título + subtítulos + textos explicativos / título + texto explicativo. - Textos de descripción de piezas: título + subtítulo + texto explicativo / título + texto explicativo. - Cartelas: identificación de la pieza (título de la pieza + lugar de localización) / (título + lugar de localización + donación) / (título de la pieza + lugar de localización + cronología + transcripción + donación)
2.2. Legibilidad (promedio de sílabas por palabras y palabras por oración según la Escala INFLESZ)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 62% (25/40) de los textos de introducción y unidad temática son de normal y bastante fácil legibilidad. - El 38% (15/40) de los textos de introducción y unidad temática son de legibilidad algo difícil. - El 84% (16/19) de los textos vinculados a las piezas son de normal o bastante fácil legibilidad. - El 16% (3/19) de los textos vinculados a las piezas son de legibilidad algo difícil.
2.3. Léxico empleado (tecnicismos y nivel del vocabulario)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los textos de introducción y unidades temáticas emplea mayoritariamente un vocabulario claro y sencillo. - Sin embargo, el 73% (11/15) de estos textos emplea también tecnicismos que no se explican con claridad. Cabe mencionar el empleo de localizaciones, nombres de expertos o conocimientos históricos que el visitante no necesariamente posee. Por ejemplo: "...<i>arcos tímidos</i> con despiece de <i>dovelas</i>...", "...<i>pilares ochavados</i>...", "Armin U. Sty'low", "Diego García Martins", "...<i>formas carenadas</i>...", "...<i>dos fusiformes</i>...", "...en <i>cúfico arcaico</i>...", "...poblado de Castellones de Ceal de Hinojares (Jaén)...." - El 89% (17/19) de los textos vinculados a las piezas emplea mayoritariamente un vocabulario claro y sencillo y, cuando se emplean tecnicismos, a diferencia de los textos de unidad temática se explican con claridad. Por ejemplo: "...conocidos bajo el nombre de <i>molinos barquiformes</i>, por la forma...", "...asas llamadas <i>marmelones</i>...", "...mediante el sistema de <i>lañado</i>. Este se conseguía..."

<p>2.4. Técnicas de estimulación lectora (voz natural, expresión en positivo, familiaridad con la materia, contextualización social, empleo de preguntas, observación guiada, citas, humor y final impactante)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO El 74% (11/15) de los textos de introducción y unidad temática siguen los estándares estilísticos tradicionales con una narración apropiada, aunque con un registro formal y académico. El 26% (4/15) de los textos hace uso de una voz más cercana y natural que según los expertos incitan la lectura del visitante. Por ejemplo: "Paseando por esta zona podemos ver...", "...podemos ver...", "...todos ellos expuestos en el museo...", "En el Museo Arqueológico de Úbeda vemos una importante colección...", "...la escultura expuesta en esta sala...".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los textos vinculados a las piezas siguen los estándares estilísticos tradicionales con una narración apropiada, más natural y atractiva y hacen uso de algunas de las técnicas de estimulación que según los expertos incitan la lectura del visitante. Por ejemplo: - Contextualización social: "Los primitivos ubetenses poseyeron creencias...", "Nuestros antepasados sólo disponían..." - Familiaridad con la materia: "...nosotros los llamamos ahora orzas y ollas...", "la disponibilidad de materiales... era hace miles de años, infinitamente menor que la que nosotros ahora disfrutamos.", "Nuestros antepasados..."
<p>2.5. Relación con lo expuesto (vinculación entre pieza y texto: contenido y distancia) Ver imagen de referencia 2.5</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos de descripción de piezas presentan relación directa con las piezas expuestas. <p>Por ejemplo: en una vitrina dedicada a la industria sobre madera y fibras vegetales encontramos el siguiente fragmento de texto "Se encuentran restos de elementos utilizados en la elaboración de tejidos como las fusayolas o las pesas de telar...". En la vitrina se exponen este tipo de piezas y además una ilustración y una pequeña escenografía permiten al visitante contextualizar esas piezas. Cabe mencionar la discontinuidad en el nivel informativo de las cartelas. Destaca la ausencia de algunas de ellas y la poca información que ofrecen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100 % de los textos de segundo nivel informativo y cartelas que hacen referencia a las piezas se encuentran en un perímetro inferior a 150 cm.
<p>2.6. Guía de estilo (homogeneidad de criterios ideomáticos)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO Los textos siguen estrictamente los mismos criterios. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cursiva para tecnicismos: "<i>oppidum</i>", "<i>kilikies</i>", "<i>kalathos</i>". - Cursiva localizaciones en latín: "<i>Iberia</i>", "<i>Hispania</i>". - Dataciones con similar nomenclatura y abreviaciones: "siglo I a.C.", "siglo I d.C."

3. Anexo	
3.1. Otros medios de comunicación	<p>Además de los textos expositivos el centro emplea otros medios de comunicación para ofrecer más contenidos de la exposición:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Folleto informativo (español, inglés, francés y alemán). - Traducciones de los textos de introducción y unidades temáticas (inglés, francés y alemán) - Visitas teatralizadas. - Programas educativos para escolares. - Página web (español e inglés).

4. Imágenes de referencia

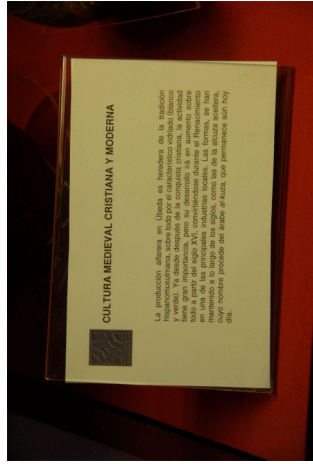
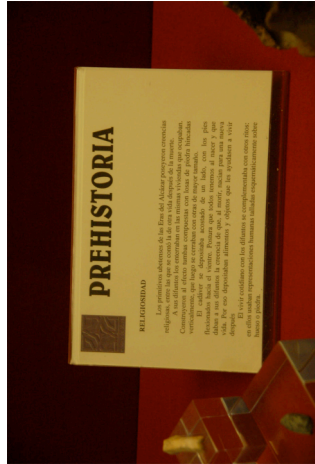
Imágenes de referencia 1.1

- Recorrido interrumpido por la fisonomía del espacio. Piezas romanas de mayor peso en el patio.
- Texto de unidad temática de diferente formato y encajonado entre dos vitrinas.
- Ruptura de recorrido lógico: primero vitrina y después texto de unidad temática.
- Ruptura de recorrido lógico: primero vitrina y después texto de unidad temática.
- Franja visual.



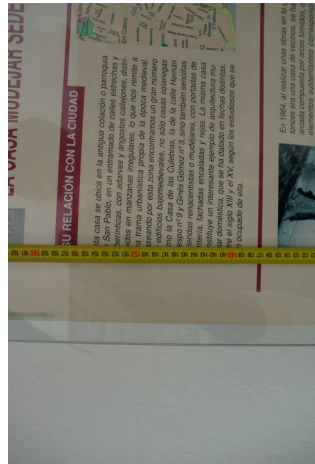
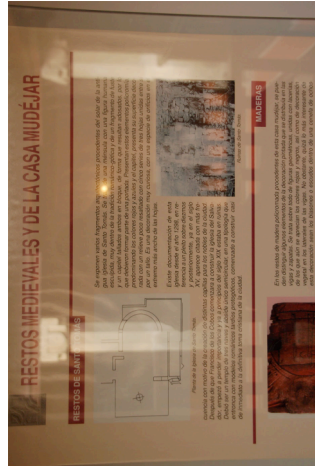
Imágenes de referencia 1.2

- Texto de unidad temática con título y subtítulos.
- Texto de unidad temática con título.
- Texto vinculado a piezas con título y subtítulo.
- Texto vinculado a piezas con título.



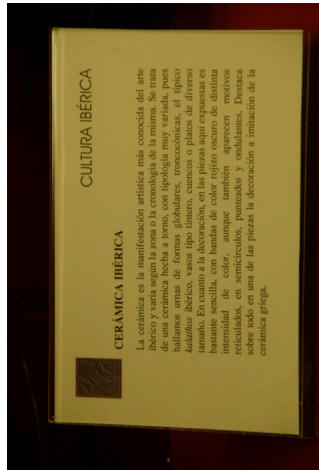
Imágenes de referencia 1.4

- Formato de texto: interlineado demasiado pequeño.
- Texto en cursiva.



Imágenes de referencia 1.5

- Alineación justificada con huecos irregulares entre las palabras.



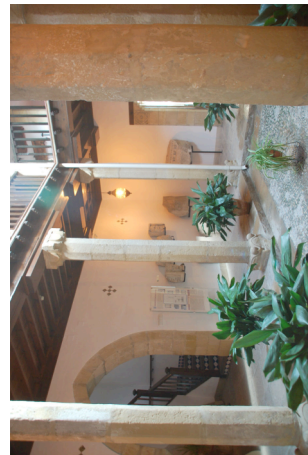
Imágenes de referencia 1.6

- Brillos y reflejos.



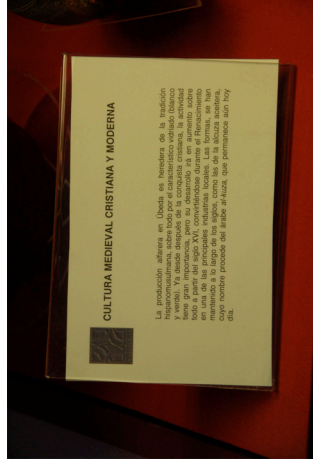
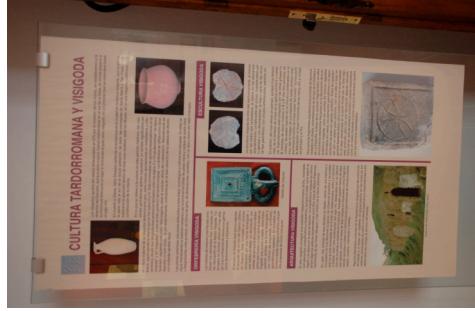
Imágenes de referencia 1.7

- Problemas de accesibilidad para personas en silla de ruedas. Único acceso por escaleras.



Imágenes de referencia 2.1


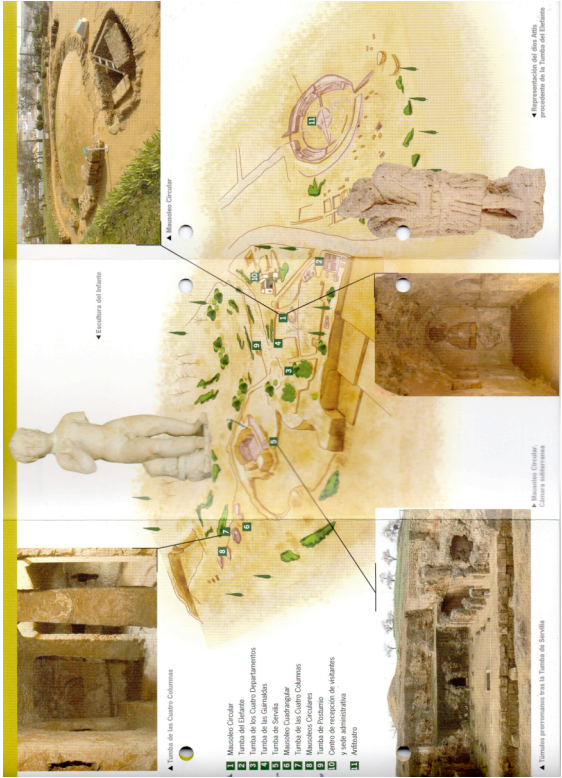
- Texto introductorio.
- Texto de unidad temática (con título y subtítulos).
- Texto de unidad temática (con título).
- Texto vinculado a las piezas (con título y subtítulos).
- Texto vinculado a las piezas (con título).
- Cartela.



Imágenes de referencia 2.5

- Texto en relación con el contenido de la vitrina. Piezas colocadas simulando la apariencia original (pesas de telar). Ilustración que reproduce cómo se emplearía. Escenografía con algunos elementos que facilitan la comprensión.



ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 1
FICHA DE INTRODUCCIÓN		
1. IDENTIFICACIÓN		Código de Registro: 05.1 Denominación: conjunto arqueológico
1.1 Nombre	Conjunto arqueológico de Carmona	
1.2 Localización	Avda. de Jorge Bonsor, 9 41410 Carmona (Sevilla)	
1.3 Contacto	Teléfono: 955624615 Fax: 955 62 49 97 Correo: necropoliscarmona.ccul@juntadeandalucia.es Página Web: http://www.juntadeandalucia.es/cultura/museos/CAC/	
1.4 Director actual	D. Ignacio Rodríguez Temiño	
1.5 Imagen del edificio y del yacimiento		
		
1.6 Plano del yacimiento		

2. DATOS GENERALES DEL CONJUNTO ARQUEOLÓGICO	
2.1 Presentación del conjunto arqueológico	<p>El museo y centro de recepción de visitantes del conjunto arqueológico de Carmona, es un edificio que presenta las colecciones y ajuares funerarios procedentes de las tumbas del yacimiento arqueológico datado en época romana, entre los siglos I y II d.C. Este espacio está concebido para favorecer la comprensión del yacimiento, y para ello, en las plantas baja y alta del edificio se han dispuesto una serie de salas, entre las que destaca aquella que se puede contemplar la escultura de <i>Servilia</i>, pieza singular de este museo. En la planta alta también, el edificio ofrece unas vistas del yacimiento que a continuación el visitante podrá recorrer siguiendo el itinerario recomendado del folleto informativo. El yacimiento de Carmona está constituido, entre otros elementos, por dos núcleos de edificaciones singulares: la Necrópolis, considerada como uno de los conjuntos funerarios romanos de mayor extensión y mejor conservada de la península, y el Anfiteatro, construcción de carácter lúdico, ambos situados en el sector occidental a las afueras de la ciudad, con una extensión aproximada de ocho hectáreas.</p>
2.2 Empresa responsable	Personal técnico del conjunto arqueológico de Carmona
2.3. Fecha de inauguración/renovación/instalación	2001
2.4 Estructuración de contenidos	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sala I: mundo funerario romano. - Sala II: yacimiento arqueológico del enclave de Carmona. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conjunto arqueológico de Carmona (exterior): Necrópolis de Carmona.
2.5 Inventario de elementos de gráfica expositiva	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sala I: 9 paneles gráficos (2 textos de introducción, 7 textos de unidad temática). - Sala II: 2 paneles gráficos (2 textos de unidad temática). <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conjunto arqueológico de Carmona (exterior): 5 paneles gráficos (1 texto de orientación, 1 texto de introducción y 3 textos de unidad temática).

2.6 Esquema gráfico del espacio expositivo	<p>01: Texto introductorio (La Necrópolis de Carmona)</p> <p>02: Texto introductorio infantil (s/t: hola visitantes)</p> <p>01_1: Texto de unidad temática (Tipos de enterramientos en la Necrópolis de Carmona)</p> <p>01_2: Texto de unidad temática (Rituales funerarios)</p> <p>01_3: Texto de unidad temática (Los oficios de la muerte)</p> <p>01_4: Texto de unidad temática (El retrato funerario romano)</p> <p>01_5: Texto de unidad temática (Pintura funeraria romana)</p> <p>01_6: Texto de unidad temática (Ajuares funerarios)</p> <p>01_7: Texto de unidad temática (Religión romana)</p> <p>01_8: Texto de unidad temática (Carmona y los Alcores: paisajes)</p> <p>01_9: Texto de unidad temática (Carmona, Andalucía, España. <i>Carmona, Baetica, Hispania</i>)</p>
2.7 Esquema gráfico del yacimiento arqueológico	<p>01: Plano orientativo (s/t: plano orientativo)</p> <p>02: Texto introductorio (s/t: Necrópolis de Carmona)</p> <p>02_1: Texto de unidad temática (Tumba de los Cuatro Departamentos)</p> <p>02_2: Texto de unidad temática (Tumba de las Guinaldas)</p> <p>02_3: Texto de unidad temática (Tumba del Ustrinum)</p>

ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 2	
FICHA DE ANÁLISIS		Código de Registro: 05.2	Denominación: conjunto arqueológico
1. Factores físicos			
1.1. Localización del texto expositivo (ubicación física y localización respecto al visitante) Ver imágenes de referencia 1.1	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos están dispuestos en el recorrido siguiendo un planteamiento temático lógico. - Los paneles están dispuestos en plano vertical. El 80% (8/10) centran el bloque de texto a 160 cm aproximadamente del suelo, el resto están colocados a diversas alturas: <ul style="list-style-type: none"> - 01_4: está centrado a 180 cm aproximadamente del suelo. - 01_6 y 01_7: están apoyados en el interior de la vitrina centrados a 120 cm y su cota más baja desciende a 35 cm aproximadamente del suelo. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos están dispuestos en el recorrido siguiendo un planteamiento temático lógico. - El 100% de los paneles están dispuestos en plano horizontal a 97 cm del suelo. 		
1.2. Jerarquía gráfica (distinción gráfica entre niveles informativos e idiomas) Ver imágenes de referencia 1.2	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe diferenciación gráfica entre el texto introductorio y los textos de unidad temática, sin embargo, queda clara la función introductoria del primer panel gracias a su localización. El texto introductorio se encuentra en la antesala a la sala expositiva, siendo lo primero que el visitante encuentra al acceder al centro de recepción de visitantes. - El 100% de los textos para adultos jerarquizan internamente su información dividiendo el texto en título, subtítulo y texto explicativo. El título y el subtítulo son claramente diferenciables con respecto al texto explicativo al ofrecer una tipografía de tamaño superior, mayúsculas y alineación centrada. - Todos los textos están escritos en cuatro idiomas (español, inglés, francés y alemán). Para diferenciar los distintos idiomas se ha diseñado un panel gráfico que centra el texto español y alinea en el margen derecho todas las traducciones. Los textos de las traducciones emplean una tipografía y longitud de línea menores y un color de fondo distinto. - En el mismo panel gráfico se ofrece un nivel especial para público infantil. Para diferenciar este nivel informativo del texto principal y las traducciones, se ha dedicado en todos los paneles, en el margen inferior, un espacio para el nivel infantil. Los textos del nivel informativo infantil emplea un color de fondo diferente, tipografía mayúscula de tamaño mayor y siempre acompañados por la ilustración de un personaje llamado "urnita" creado para guiar al público menor de doce años. 		

	<p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los textos de introducción y orientación no presentan ningún distintivo gráfico que los identifique. - Los textos de unidad temática jerarquizan internamente su información dividiendo el texto en título y texto explicativo. El título es fácilmente diferenciable al ofrecer una tipografía de tamaño superior, mayúsculas y color distinto. - El 100% de los textos están escritos en dos idiomas (español e inglés). No existe diferenciación gráfica entre los idiomas.
<p>1.3. Cantidad de texto (cantidad de palabras por texto según niveles informativos)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Títulos y subtítulos: 4-5/2-13/2-28/8-23/2-21/5-19/4-10/3-21/5-39/6-17 palabras. - Texto de introducción: 97 palabras. - Textos de unidad temática: 115/121/88/129/113/144/134/140/150 palabras. - Texto de introducción infantil: 23 palabras - Textos infantiles: 48/35/28/30/23/27/21/21/24/45 palabras. <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los títulos encajan con las recomendaciones de los expertos sobre la cantidad de palabras. - El 100% de paneles gráficos de la exposición encajan con las recomendaciones sobre la longitud media de los textos. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Títulos: 4/2/3 palabras. - Textos de unidad temática: 89/103/45/67 palabras. El panel de orientación no ha sido contabilizado porque tan sólo presenta un plano y las localizaciones de las distintas tumbas del yacimiento. <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los títulos encajan con las indicaciones de los expertos sobre el número de palabras. - El 100% de los textos del yacimiento se ajustan a las indicaciones de los expertos sobre la longitud media de los textos. - El tiempo estimado de lectura total de los textos de todo el conjunto arqueológico asciende a 7 minutos aproximadamente (1781 palabras). La lectura de los textos infantiles requiere 1 minuto y medio más (325 palabras).

<p>1.4. Formato de texto (tipografía, tamaño e interlineado) Ver imágenes de referencia 1.4</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipografía: El 100% de los textos están escritos con una tipografía legible. Tanto los títulos como los subtítulos y los bloques de texto presentan tipografía <i>Serif</i>. - Tamaño: El 100% de las tipografías tienen un tamaño que encajan en las recomendaciones. - Interlineado: El 100% de los textos posee un interlineado armonioso apropiado para la lectura. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipografía: El 100% de los textos están escritos con una tipografía legible. Tanto los títulos como los bloques de texto presentan tipografía Sans Serif. - Tamaño: El 100% de las tipografías tienen un tamaño que encajan en las recomendaciones. - Interlineado: El 100% de los textos posee un interlineado armonioso apropiado para la lectura.
<p>1.5. Maquetación del panel gráfico (longitud de línea, alineación del texto y detalles) Ver imagen de referencia 1.5</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Texto de introducción: 29 caracteres aproximadamente por línea. - Textos de unidad temática: 25/28/24/29/28/37/26/28/25 caracteres aproximadamente por línea. - Texto de introducción infantil: 16 caracteres aproximadamente por línea. - Textos infantiles: 15/23/19/16/23/23/17/18/22/15 caracteres aproximadamente por línea. <ul style="list-style-type: none"> - El 100 % de los paneles gráficos del espacio expositivo están por debajo de los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. - El 100 % de los textos son justificados y presentan huecos irregulares entre las palabras. - El 100% de los textos infantiles están alineados a la izquierda. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Textos de unidad temática: 34/41/17/31 caracteres aproximadamente por línea. El panel de orientación no ha sido contabilizado porque tan sólo presenta un plano y las localizaciones de las distintas tumbas del yacimiento. - El 75% (3/4) de los paneles gráficos del yacimiento arqueológico están por debajo de los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. - El 100 % de los textos están alineados a la izquierda.

<p>1.6. Visibilidad (iluminación, contraste e interferencias visuales) Ver imagen de referencia 1.6</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos están correctamente iluminados. - El 100% de los textos tienen un contraste medio: tipografía oscura (negro) sobre un fondo claro, aunque con ruido debido al fondo gráfico. - El 100% de los textos infantiles tienen un contraste óptimo: tipografía oscura (negro) sobre fondo claro (blanco). - El 100% de los paneles presentan superficies mates que no producen brillos ni reflejos. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos están iluminados por luz natural - El 100% de los textos tienen un contraste medio: tipografía oscura (negro) sobre fondo claro (blanco). - El 100% de los paneles presentan superficies mates que no producen brillos ni reflejos.
<p>1.7. Accesibilidad (silla de ruedas e invidencia) Ver imágenes de referencia 1.7</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad para personas en silla de ruedas: el 30% (3/10) de los paneles gráficos presenta dificultades de acceso para sillas de ruedas al ubicarse en un pasillo demasiado estrecho donde no sería posible acceder (120 cm y 98 cm). - Accesibilidad para personas invidentes: no existe versión en Braille, aunque se encuentra en proceso. Existe una audioguía complementaria. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad para personas en silla de ruedas: los paneles exteriores son soportes de plano horizontal a 97 cm del suelo. - Accesibilidad para personas invidentes: no existe versión en Braille, aunque se encuentra en proceso. Existe una audioguía complementaria.
<p>1.8. Estado de conservación (deterioro, suciedad) Ver imagen de referencia 1.8</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos se encuentran en buen estado de conservación. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 20% (1/5) de los textos se encuentra en mal estado de conservación.

2. Factores cognitivos	
2.1. Jerarquía de información (niveles de información) Ver imágenes de referencia 2.1	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información se presenta jerarquizada en 5 niveles informativos. - El 100% de textos para adultos jerarquizan internamente el mensaje con el empleo de títulos y subtítulos. - El 100% de los textos infantiles no jerarquizan con títulos, pero separan los mensajes en breves bloques de texto: <ul style="list-style-type: none"> - Texto de introducción: título + subtítulo + texto explicativo. - Texto de introducción infantil: texto explicativo. - Textos de unidad temática: título + subtítulo + texto explicativo. - Textos de introducción infantil: texto explicativo. - Textos de unidad temática infantil: texto explicativo (bloques de texto) - Cartelas: identificación de la pieza (título de la pieza + lugar de localización) <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información se presenta jerarquizada en 2 niveles informativos. - El 60% (3/5) de los textos jerarquizan internamente el mensaje con el empleo de títulos: <ul style="list-style-type: none"> - Textos de introducción y orientación: texto explicativo. - Textos de unidad temática: texto explicativo/título + texto explicativo.
2.2. Legibilidad (promedio de sílabas por palabras y palabras por oración según la Escala INFLESZ)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos son de bastante fácil legibilidad. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos son de bastante fácil o normal legibilidad.
2.3. Léxico empleado (tecnicismos y nivel del vocabulario)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos emplea un vocabulario claro y sencillo y, cuando se emplean tecnicismos, se explican con claridad. Por ejemplo: "...unas hornacinas llamadas <i>loculi</i> que funcionan a manera de nichos,..." "...los <i>libitinari</i>, que se encargaban de las pompas fúnebres,..." "...los retratos van desde la época imperial hasta fines de la época julio claudia (s. I y II de nuestra Era), ..." "...excavados en la roca (<i>hipogeos</i>)," - Los textos infantiles facilitan aún más el entendimiento de los conceptos: "Los romanos enterraban con algunas cosas que les pertenecieron en vida. A estas cosas se las llama ajar". <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos emplea un vocabulario claro y sencillo y, cuando se emplean tecnicismos, se explican con claridad. Por ejemplo: "Pozo de libaciones por el que se vertían líquidos en honor de los difuntos. ", "El <i>ustrinium</i> es un foso rectangular donde se realizaba ...".

<p>2.4. Técnicas de estimulación lectora (voz natural, expresión en positivo, familiaridad con la materia, contextualización social, empleo de preguntas, observación guiada, citas, humor y final impactante)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO Los textos expositivos siguen los estándares estilísticos tradicionales con una narración apropiada, natural y atractiva, sin ser excesivamente formal ni académico. Los textos de la exposición permanente, especialmente los textos infantiles, hacen uso de algunas de las técnicas de estimulación que según los expertos incitan la lectura del visitante. Por ejemplo: - Voz natural: "...nosotras seremos tu guía. Atento a todo lo que vamos a enseñarte." , ...en la Necrópolis de Carmona encontramos al dios Atis". - Contextualización social: "Había muchas personas que trabajaban en los entierros..."</p> <p>YACIMIENTO Los textos expositivos siguen los estándares estilísticos tradicionales con una narración apropiada, sin un registro excesivamente formal ni académico. Los textos del yacimiento arqueológico no hace especial uso de las técnicas de estimulación.</p>
<p>2.5. Relación con lo expuesto (vinculación entre pieza y texto: contenido y distancia) Ver imágenes de referencia 2.5</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO - El 100% de los textos de unidad temática presentan relación con las piezas expuestas, ya sea mediante los textos explicativos como en las ilustraciones que componen el panel gráfico. Por ejemplo: "Tipos de objetos que encontramos en los ajuares (acompañado de una ilustración y ubicado en el interior de la vitrina que exhibe todos los elementos de ajuares de la exposición)". - El 100% de los textos se apoyan por ilustraciones que facilitan la comprensión de los contenidos. - Cabe mencionar la ausencia de algunas de las cartelas y la poca información que ofrecen. - El 100 % de los textos de segundo nivel informativo y cartelas que hacen referencia a las piezas se encuentran en un perímetro inferior a 150 cm.</p> <p>YACIMIENTO - El 100 % de los textos hacen referencia a los restos arqueológicos del yacimiento y su contexto. - El 100% de los textos se apoyan por ilustraciones con reconstrucciones de las construcciones que se describen. - Cabe mencionar la ausencia de paneles gráficos en el resto del recorrido por el yacimiento arqueológico (Mausoleo Circular, Tumba del Elefante, Tumba de Servilia, Tumba de Postumio, etc.). El visitante sólo puede encontrar una breve resena informativa sobre lo que está viendo en el folleto informativo. - El 100% de los textos pueden ser leídos al mismo tiempo que se observa el yacimiento.</p>

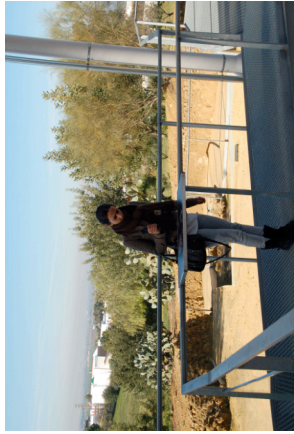
<p>2.6. Guía de estilo (homogeneidad de criterios ideomáticos)</p>	<p>"ESPACIO EXPOSITIVO Los textos no siguen estrictamente los mismos criterios. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cursiva para épocas: "<i>época imperial</i>" o "época republicana". - Cursiva para estilos: "<i>cuarto estilo pompeyano</i>" o "cuarto estilo pompeyano". - Dataciones con diversa nomenclatura: "año 62 d. C" o "s. I y II de nuestra Era". - Empleo diverso de mayúsculas y minúsculas: "Necrópolis de Carmona" o "necrópolis de Carmona". <p>YACIMIENTO: Los textos siguen estrictamente los mismos criterios. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dataciones con la misma nomenclatura: "a.C." y "d.C.". - Empleo de mayúsculas para los nombres de las tumbas: "Tumba de las Guirnaldas".
---	--

3. Anexo	3.1. Otros medios de comunicación <p>Además de los textos expositivos el centro emplea otros medios de comunicación para ofrecer más contenidos de la exposición:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 audiovisual de introducción con la recreaciones del rito funeario romano en Carmona (español, inglés, francés y alemán) - Los 10 paneles se apoyan de ilustraciones para facilitar la comprensión. - 2 maquetas facilitan la localización geográfica del emplazamiento arqueológico. - 1 reconstrucción a escala real del despacho de Bonsor permite ambientar al espectador. - Folleto informativo (español, inglés, francés y alemán) - Sistema de audioguía (español) - Cuadernos didácticos. - Sistema de Información del Conjunto Arqueológico de Carmona (SICAC) - Página web (español e inglés).
-----------------	--

4. Imágenes de referencia

Imágenes de referencia 1.1

- Textos alineados a eje y texto descentrado.
- Panel gráfico en interior de vitrina.
- Texto en plano horizontal yacimiento..



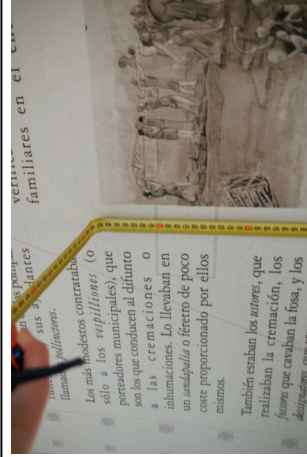
Imágenes de referencia 1.2

- Texto espacio expositivo: título, subtítulo y texto explicativo. Diferenciación idiomas y nivel infantil.
- Texto yacimiento: título y texto explicativo.



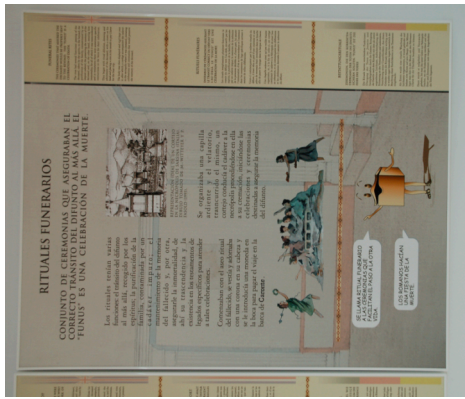
Imágenes de referencia 1.4

- Formato de texto del espacio expositivo.
- Formato de texto del yacimiento.



Imágenes de referencia 1.5

- Alineación justificada que produce saltos irregulares entre palabras.



Imágenes de referencia 1.6

- Fondo gráfico decorado. Reduce el contraste entre el fondo y la tipografía. Produce ruido.



Imágenes de referencia 1.7

- Espacio no apto para sillas de ruedas.
- Espacio no apto para sillas de ruedas.



Imágenes de referencia 1.8

- Soporte deteriorado.



Imágenes de referencia 2.1

- Texto introductorio.
- Texto introductorio infantil.
- Texto de unidad temática.
- Cartela.
- Texto unidad temática yacimiento



Imágenes de referencia 2.5

- Texto e ilustraciones vinculados a las piezas expuestas.
- Texto frente al yacimiento que puede leerse al mismo tiempo que se observa el yacimiento.



ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 1	
FICHA DE INTRODUCCIÓN		Denominación: conjunto arqueológico	
Código de Registro: 06.1			
1. IDENTIFICACIÓN			
1.1 Nombre	Conjunto arqueológico de Itálica		
1.2 Localización	Avenida de Extremadura, 2 41970 Santiponce (Sevilla)		
1.3 Contacto	Teléfono: 955 62 22 66 Fax: 955 62 22 67 Correo electrónico: info.italica.ccul@juntadeandalucia.es Página Web: http://www.juntadeandalucia.es/cultura/museos/CAI/		
1.4 Director actual	D. José Ramón López Rodríguez		
1.5 Imagen del edificio		1.6 Plano del yacimiento	
			

2. DATOS GENERALES DEL CONJUNTO ARQUEOLÓGICO	
2.1 Presentación del conjunto arqueológico	<p>El conjunto arqueológico de Itálica ofrece a sus visitantes un espacio, en el salón central de la sede, donde ampliar la información sobre el yacimiento que se dispone a visitar. Los contenidos se articulan en torno a dos espacios. En uno de ellos se proyecta un audiovisual "La vida en Itálica", con una reconstrucción virtual de distintos ámbitos de la Itálica del siglo II d.C.: <i>Traineum</i>, <i>Casa de los Pájaros</i>, <i>la Exedra o el Anfiteatro</i>. El otro espacio expositivo explica al visitante, a través de paneles gráficos, la historia de Itálica como yacimiento, su proceso de abandono, pérdida y recuperación, desde la Antigüedad Tardía hasta la actual gestión por parte de la Administración Pública Autonómica.</p> <p>Tras este espacio, el visitante puede pasar al recorrido por el yacimiento arqueológico donde encontrará las explicaciones de algunos de los edificios más emblemáticos de la ciudad romana. Podrá seguir el itinerario recomendado bien sea siguiendo el folleto informativo como por la señalética orientativa dispuesta por el recorrido.</p>
2.2 Empresa responsable	Personal técnico del conjunto arqueológico de Itálica
2.3. Fecha de inauguración/ renovación/instalación	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <p>Mayo de 2011</p> <p>YACIMIENTO</p> <p>2003-2004</p>
2.4 Estructuración de contenidos	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <p>- Sala I: la historia de Itálica como yacimiento, su proceso de abandono y recuperación.</p> <p>YACIMIENTO</p> <p>- Conjunto arqueológico de Itálica (exterior): Itálica.</p>
2.5 Inventario de elementos de gráfica expositiva	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <p>- Sala I: 7 paneles gráficos (1 título de la exposición, 1 texto de introducción, 5 textos de unidad temática).</p> <p>YACIMIENTO</p> <p>- Conjunto arqueológico de Itálica (exterior): 13 paneles gráficos (13 textos de unidad temática).</p>

2.6 Esquema gráfico del espacio expositivo	<p>0: Título de la exposición (Itálica de ayer a hoy)</p> <p>01: Texto de introducción (Adéntrate en Itálica)</p> <p>01_1: Texto de unidad temática (El declive de Itálica al final del Imperio)</p> <p>01_2: Texto de unidad temática (De Itálica a Sevilla la Vieja y viceversa)</p> <p>01_3: Texto de unidad temática (Siglos XVIII-XIX: expoliadores, aficionados, arqueólogos)</p> <p>01_4: Texto de unidad temática (Siglo XX, protección y excavaciones)</p> <p>01_5: Texto de unidad temática (Hoy, mañana y... ¿siempre?)</p>
2.7 Esquema gráfico del yacimiento	<p>01_1: Texto de unidad temática (Edificio de la <i>Exedra</i>)</p> <p>01_2: Texto de unidad temática (Las vías urbanas)</p> <p>01_3: Texto de unidad temática (Edificio del <i>mosaico de Neptuno</i>)</p> <p>01_4: Texto de unidad temática (Observatorio oriental)</p> <p>01_5: Texto de unidad temática (<i>Casa de los Pájaros</i>)</p> <p>01_6: Texto de unidad temática (Observatorio occidental)</p> <p>01_7: Texto de unidad temática (La ciudad enterrada)</p> <p>01_8: Texto de unidad temática (Las etapas del agua)</p> <p>01_9: Texto de unidad temática (<i>Las Termas Mayores</i>)</p> <p>01_10: Texto de unidad temática (<i>Casa del Planetario</i>)</p> <p>01_11: Texto de unidad temática (<i>Mosaico del Planetario</i>)</p> <p>01_12: Texto de unidad temática (<i>Mosaico de Dionisio y Ariadna</i>)</p> <p>01_13: Texto de unidad temática (Los establecimientos comerciales y artesanales)</p>

ANÁLISIS DE TEXTOS EXPOSITIVOS		FICHA 2	
FICHA DE ANÁLISIS		Código de Registro: 06.2	Denominación: conjunto arqueológico
1. Factores físicos			
1.1. Localización del texto expositivo (ubicación física y localización respecto al visitante) Ver imágenes de referencia 1.1		<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos están dispuestos en el recorrido siguiendo un planteamiento cronológico y temático lógico. - Los paneles que están dispuestos en plano vertical y siguen una alineación sistemática en todos los paneles de la exposición. Los bloques de textos se enmarcan en una franja visual que llega a un máximo de 204 cm y un mínimo de 59,5 cm del suelo. Los títulos y los elementos gráficos se disponen siempre por encima o por debajo a esta franja central de texto, alcanzando los 234 cm con el título y descendiendo hasta los 31 cm desde el suelo para el gráfico de la línea del tiempo. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos están dispuestos en el recorrido siguiendo un planteamiento temático lógico. La señalética del yacimiento orienta claramente al visitante, mostrando en cada punto del recorrido el lugar donde se encuentra y el próximo punto hacia el que debe dirigirse. - El 100% de los paneles están dispuestos en plano horizontal a 87 cm del suelo aproximadamente. 	
1.2. Jerarquía gráfica (distinción gráfica entre niveles informativos e idiomas) Ver imágenes de referencia 1.2		<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe diferenciación gráfica entre el texto introductorio y los textos de unidad temática, sin embargo, queda clara la función introductoria del primer panel gracias a su localización. El texto introductorio se localiza en primer término, siendo lo primero que el visitante encuentra al acceder al espacio expositivo. - El 100% de los textos jerarquizan internamente su información dividiendo el texto en título, subtítulo y texto explicativo. El título es fácilmente diferenciable al ofrecer una tipografía de tamaño superior, mayúsculas y color diferente. El subtítulo se diferencia del texto explicativo exclusivamente mediante el empleo de una tipografía negrita y ligeramente superior. - El 100% de los paneles gráficos están escritos en dos idiomas (español e inglés). No existe ninguna diferenciación gráfica entre los idiomas. 	

	<p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos poseen un único nivel informativo (texto de unidad temática). - Internamente, los textos jerarquizan su información dividiendo el texto en título y texto explicativo y además en el 61% (8/13) de los textos introduce subtítulos en algunos apartados de texto. <p>El título y el subtítulos son fácilmente diferenciables al ofrecer una tipografía de tamaño superior y color diferente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos están escritos en un idioma (español).
<p>1.3. Cantidad de texto (cantidad de palabras por texto según niveles informativos)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título de la exposición: 5 palabras. - Títulos - subtítulos: 3-82/8-74/8-80/5-119/5-103/4-129 palabras. - Texto de introducción: 284 palabras. - Textos de unidad temática: 184/238/404/332/321 palabras. <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los títulos encajan en las recomendaciones de los expertos según el número de palabras. - El 83% (5/6) de paneles gráficos sobrepasan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos. - El 100% (6/6) de los paneles gráficos sobrepasan considerablemente las recomendaciones si se suma la extensión de los subtítulos y el texto explicativo. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Títulos: 5/3/5/2/4/4/3/3/3/3/5/5 palabras. - Textos de unidad temática: 248/380/470/515/204/419/423/245/375/269/200/280/310 palabras. <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los títulos se ajustan a las indicaciones de los expertos sobre la cantidad de palabras. - El 100% de los textos del yacimiento sobrepasan las recomendaciones sobre la longitud media de los textos. - El tiempo estimado de lectura total de los textos de todo el conjunto arqueológico asciende a 28 minutos aproximadamente (6775 palabras).
<p>1.4. Formato de texto (tipografía, tamaño e interlineado) Ver imágenes de referencia 1.4</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipografía: El 100% de los textos están escritos con una tipografía legible. Tanto los títulos como los subtítulos y los bloques de texto presentan tipografía <i>Sans Serif</i>. - Tamaño: El 100% de las tipografías tienen un tamaño menor al recomendado. - Interlineado: El 100% de los textos posee un interlineado armonioso apropiado para la lectura.

	<p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipografía: El 100% de los textos están escritos con una tipografía legible. Tanto los títulos como los bloques de texto presentan tipografía <i>Sans Serif</i>. - Tamaño: El 100% de las tipografías tienen un tamaño menor al recomendado. - Interlineado: El 100% de los textos posee un interlineado armonioso apropiado para la lectura.
<p>1.5. Maquetación del panel gráfico (longitud de línea, alineación del texto y detalles) Ver imágenes de referencia 1.5</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Texto de introducción: 45 caracteres aproximadamente por línea. - Textos de unidad temática: 41/44/48/42/41 caracteres aproximadamente por línea. - El 100 % de los paneles gráficos del espacio expositivo encajan con los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. - El 100 % de los textos están alineados a la izquierda. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Textos de unidad temática: 38-34-47/44-79-16/44-61-25-75-36/60-45-41/24-52-76/53-21-32/47-48-44/ 63-25/39-29-14-23/24-27-30/36-24/64-34/44-59-37/43-55-36-65 caracteres aproximadamente por línea. - El 59% (23/39) de los bloques de textos de los paneles gráficos del yacimiento arqueológico están por debajo o por encima de los parámetros de cantidad de caracteres por línea aconsejados. El 84% (11/13) de los paneles gráficos poseen algún bloque de texto que no encaja con las indicaciones de los expertos. - El 100 % de los textos están justificados y se producen huecos irregulares entre las palabras.
<p>1.6. Visibilidad (iluminación, contraste e interferencias visuales)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos están correctamente iluminados. - El 100% de los textos tienen un contraste óptimo: tipografía oscura (negro) sobre un fondo claro (blanco). - El 100% de los paneles presentan superficies mates que no producen brillos ni reflejos. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los paneles gráficos están iluminados por luz natural - El 100% de los textos tienen un contraste medio tipografía oscura (negro) sobre fondo claro (blanco). - El 100% de los paneles presentan superficies mates que no producen brillos ni reflejos.

<p>1.7. Accesibilidad (silla de ruedas e invidencia)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad para personas en silla de ruedas: el acceso está habilitado y no existen paneles horizontales que puedan causar problemas de lectura. - Accesibilidad para personas invidentes: no existen versión en Baille pero está en proceso una audioguía complementaria. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad para personas en silla de ruedas: el acceso sólo está habilitado para el Anfiteatro. - Accesibilidad para personas invidentes: no existen versión en Baille pero está en proceso una audioguía complementaria.
<p>1.8. Estado de conservación (deterioro, suciedad) Ver imagen de referencia 1.8</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos se encuentran en buen estado de conservación. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 7% (1/13) de los textos se encuentran en mal estado de conservación debido a la abundante cantidad de excrementos de aves depositados en la superficie que dificulta la lectura del texto.

2. Factores cognitivos	
2.1. Jerarquía de información (niveles de información) Ver imágenes de referencia 2.1	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información se presenta jerarquizada en 3 niveles informativos. - El 100% de los textos jerarquiza internamente el mensaje con el empleo de títulos y subtítulos: <ul style="list-style-type: none"> - Título de la exposición: título. - Texto de introducción: título + subtítulo + texto explicativo. - Textos de unidad temática: título + subtítulo + texto explicativo. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información se presenta en un único nivel informativo. - El 100% de los textos jerarquiza internamente el mensaje con el empleo de títulos. - El 61% (8/13) de los textos introduce también algún subtítulo: <ul style="list-style-type: none"> - Textos de unidad temática: título + texto explicativo / texto + subtítulos + texto explicativo.
2.2. Legibilidad (promedio de sílabas por palabras y palabras por oración según la Escala INFLESZ)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 50% (3/6) de los textos son de normal o bastante fácil legibilidad. - El 50% (3/6) de los textos son de legibilidad algo difícil. <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos son de bastante fácil, muy fácil o normal legibilidad.
2.3. Léxico empleado (tecnicismos y nivel del vocabulario)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100 % de los textos emplea mayoritariamente un vocabulario claro y sencillo y, cuando se emplean tecnicismos, se explican con claridad. Por ejemplo: "...en el contexto de las guerras púnicas (Roma frente a Cartago)", "...<i>castellum aquae</i> o enterramientos de rito musulmán...", "...edificios públicos, como las termas mayores o el anfiteatro, ...". - Sin embargo, en el 40% (2/5) de los textos explícitos se dan por sentado conocimientos que el lector no necesariamente posee. Por ejemplo: "...batalla contra los cartagineses", "Nace así un núcleo turdetano...", "Su carácter filohelénico...", "...reparación de sus murallas en el contexto de la guerra entre Leovigildo y Hermenegildo..." <p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos emplea un vocabulario claro y sencillo y, cuando se emplean tecnicismos, se explican con claridad. Por ejemplo: "el <i>tepidarium</i>, de temperatura templada, y el <i>caldarium</i>, más cálido...", "...semisótano abovedado (<i>criptoportico</i>)...", "...la basílica, donde se impartía justicia, la <i>curia</i>, donde deliberaba el senado local, ...", "...tableros de juego (<i>tabulae lusoriae</i>)".

<p>2.4. Técnicas de estimulación lectora (voz natural, expresión en positivo, familiaridad con la materia, contextualización social, empleo de preguntas, observación guiada, citas, humor y final impactante)</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <p>Los textos expositivos siguen los estándares estilísticos tradicionales con una narración apropiada, con un registro no excesivamente formal ni académico. El 60% (3/5) de los textos de la exposición permanente, hacen uso de algunas de las técnicas de estimulación que según los expertos incitan la lectura del visitante. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Voz natural: "Adéntrate en Itálica", "...la ciudad que ahora vamos a visitar". - Preguntas: "¿Y a qué se debió el progresivo abandono de esta imponente ciudad?", "Hoy, mañana y ¿siempre?" <p>YACIMIENTO</p> <p>El 92% (12/13) de los textos expositivos siguen los estándares estilísticos tradicionales con una narración apropiada con un registro no excesivamente formal ni académico. Los textos del yacimiento arqueológico no hacen especial uso de las técnicas de estimulación, excepto uno de ellos (02_13) que emplea varias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Citas: "Edona os dice: aquí se bebe por un <i>as</i>, por dos se bebe algo más, por cuatro (un <i>sestercio</i>) tendrás derecho a un <i>Falerno</i> (vino famoso de la Campania, al Sur de la Península Itálica)". - Familiaridad con la materia: "Para hacernos una idea del coste de la vida en aquellos tiempos...un litro de aceite vendría a costar unos 3 <i>sestercios</i> (hoy, en España los precios se sitúan entre 2 y 3 euros),..."
<p>2.5. Relación con lo expuesto (vinculación entre pieza y texto: contenido y distancia) Ver imágenes de referencia 2.5</p>	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100% de los textos de unidad temática presentan relación con las imágenes expuestas en los paneles gráficos. Por ejemplo: en el texto introductorio se hace mención al origen y la evolución de la ciudad romana, desde el primer asentamiento hasta la ampliación realizada por Adriano, y las imágenes que ilustran el panel gráfico representan a Adriano, a las distintas localizaciones del asentamiento (Cerros de San Antonio y de la Cabeza) y a la ampliación de la ciudad. - El 100% de los textos están apoyados por ilustraciones, mapas, reconstrucciones, fotografías, etc. de los elementos que se describen. En los textos aparecen localizaciones o nombra obras de artistas que el visitante no necesariamente conoce, pero las ilustraciones que acompañan el texto en el panel gráfico las representan gráficamente y aclaran el significado. Por ejemplo: "Cerro de San Antonio", "Cerro de la Cabeza", "Cerro Cernícalo", "Monasterio de San Isidoro del Campo", "Grabado de Brambilla", "Dibujo de Wyngaerde". - El 100 % de los textos que hacen referencia a las imágenes se encuentran en un perímetro inferior a 150 cm. - Cada uno de los textos representa un periodo histórico y así queda reflejado por la banda gráfica con la línea del tiempo que se localiza en la parte inferior de cada panel. Esta línea del tiempo está en relación directa con el contenido del texto, marcando en negrita el periodo comprendido.

	<p>YACIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 100 % de los textos hacen referencia a los restos arqueológicos del yacimiento y su contexto. - El 100% de los textos están apoyados por ilustraciones, mapas, reconstrucciones, fotografías, etc. de los elementos que se describen en los mismos. - Cabe mencionar la ausencia de paneles gráficos en el resto del recorrido por el yacimiento arqueológico (Traianeum, Anfiteatro, Termas Menores, etc.). El visitante sólo puede encontrar una breve resena informativa sobre lo que está viendo en el folleto informativo. - El 100% de los textos pueden ser leídos al mismo tiempo que se observa el yacimiento.
2.6. Guía de estilo (homogeneidad de criterios ideomáticos)	<p>ESPACIO EXPOSITIVO</p> <p>Los textos no hace uso de cursivas al no emplear terminología latina, ni tampoco dimensiones, ni números. Sin embargo, cabe mencionar que los textos no siguen estrictamente los mismos criterios en las dataciones, apareciendo en diversos casos, incluso en un mismo texto, con o sin abreviatura. Por ejemplo: "Siglo I d.C." o "siglo II".</p> <p>YACIMIENTO</p> <p>Los textos siguen sistemáticamente los mismos criterios en algunos casos. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cursiva para los nombres en latín: "<i>tabernae</i>", "<i>cardines</i>", "<i>tepidarium</i>", "<i>specus</i>". - Cursiva para las ciudades romanas: "<i>Hispalis</i>", "<i>Itucci</i>". <p>Sin embargo, en otros casos los textos no mantienen los mismos criterios. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dataciones con y sin abreviaciones: "siglo I d.C.", "siglo II a.C.", "siglo II". - Medidas con y sin abreviaciones: "400 metros", "4.000 metros", "16 km. " - Números con letra o con números: "siete", "3", "cuarenta", "cien".

3. Anexo	3.1. Otros medios de comunicación
	<p>Además de los textos expositivos el centro emplea otros medios de comunicación para ofrecer más contenidos de la exposición:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 audiovisual recrea virtualmente diferentes edificios y el viario de la ciudad romana de Itálica (español). - Folleto informativo (español, inglés, francés y alemán). - Guía oficial (español e inglés). - Cuadernos pedagógicos. - Visitas guiadas. - Página web (español e inglés)

4. Imágenes de referencia

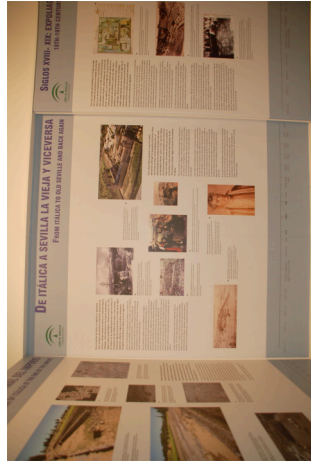
Imágenes de referencia 1.1

- Franja visual espacio expositivo.
- Señalética orientativa.
- Texto en plano oblicuo del yacimiento.



Imágenes de referencia 1.2

- Diferenciación gráfica de título, subtítulo, texto explicativo e idiomas del espacio expositivo.
- Diferenciación gráfica de título, subtítulo y texto explicativo del yacimiento.



Imágenes de referencia 1.4

- Formato de texto del espacio expositivo: tipografía pequeña.
- Formato de texto del yacimiento: tipografía pequeña.



Imágenes de referencia 1.5

- Ajuste de los bloques de texto a las imágenes.
- Alineación justificada: saltos irregulares entre las palabras.



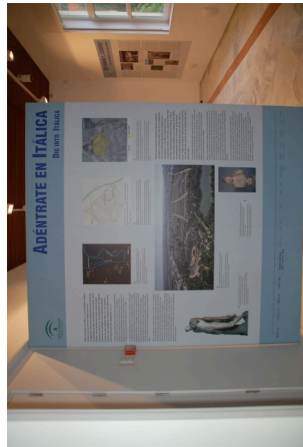
Imágenes de referencia 1.8

- Texto con suiedad.



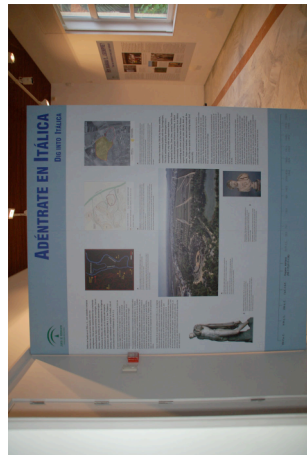
Imágenes de referencia 2.1

- Título de la exposición.
- Texto introductorio.
- Texto de unidad temática.
- Texto unidad temática del yacimiento (con subtítulos).
- Texto unidad temática del yacimiento (sin subtítulos).



Imágenes de referencia 2.5

- Relación del contenido del texto con las ilustraciones expuestas.
- Relación del texto e ilustraciones con el yacimiento. El texto puede leerse al mismo tiempo que se observa el yacimiento.



4.CONCLUSIONES

Los museos y conjuntos arqueológicos de Andalucía albergan numerosas muestras del rico legado patrimonial y artístico que las sucesivas civilizaciones han dejado tras su paso por el territorio andaluz. La labor de un conservador de museos requiere conservar, estudiar y catalogar pormenorizadamente cada una de estas piezas, y además conseguir su difusión didáctica para que las personas puedan conocerlas y, sobretodo, entenderlas en su contexto histórico.

En esta labor de difusión del patrimonio los escritos tienen una misión indispensable. Los textos, como principal vía de comunicación, deben estar a la altura del excepcional patrimonio conservado. Por tanto, requieren ser trabajados y pulidos con plena dedicación para conseguir su finalidad fundamental: transmitir y contextualizar los contenidos de una forma atractiva e interesante a un público no experto en la materia.

Los textos expositivos de los museos y conjuntos arqueológicos andaluces ofrecen una muestra susceptible de ser estudiada con exactitud y sistematización para descubrir el estado actual de este medio comunicativo. El análisis de los textos me ha resultado una tarea necesaria para poder valorarlos en su justa medida y de ellos se extraen sus puntos fuertes y débiles en materia de contenido y diseño como a continuación se detalla:

1.FACTORES FÍSICOS

1.1.Localización del texto expositivo (ubicación física y localización respecto al visitante)

El 20% (2/10) de los museos y conjuntos arqueológicos revisados presentan alguna incoherencia en la localización de sus paneles gráficos de forma que alteran el discurso lógico planteado. El 50% (5/10) de los espacios revisados ubican sus textos fuera de la franja visual recomendada (ver fichas 01.2-02.2-03.2-04.2-05.2-06.2, apartado 1.1. Localización del texto expositivo).

Según los teóricos, el visitante debe encontrar la información en la sala de forma progresiva y lógica. Si inicialmente se estimula a un visitante a circular por un espacio expositivo siguiendo un recorrido cronológico o temático, no es adecuado alterar a lo largo del circuito este sistema porque rompe el discurso narrativo de la exposición. Este problema puede apreciarse en los espacios expositivos de Baelo Claudia y Úbeda. El

visitante en puntuales ocasiones puede sentirse perdido al no comprender lo que está viendo dentro de una vitrina, o puede pensar que pertenece a la unidad temática anterior, ya que los textos de unidad temática están colocados en el orden que no les corresponde.

Los textos de los espacios expositivos de Baelo Claudia, Madinat al-Zahra, Carmona, Itálica, Úbeda y Amería no siguen las pautas ideales de la franja visual recomendada por los expertos. Este hecho se vincula en ocasiones al exceso de cantidad de texto, que obliga, como en los casos de la exposición de Itálica, Úbeda o de Almería, a extender los bloques de texto hasta cotas muy bajas. En Úbeda por ejemplo se emplean unos soportes cuya cota más alta asciende a los 165 cm y, al presentar textos excesivamente largos, la cota más baja desciende por debajo a los 100 cm.

Otro modelo es el localizado en el espacio expositivo de Carmona. Los paneles gráficos se centran a 160 cm del suelo, pero algunos textos están descentrados y otros se depositan en el interior de las vitrinas ofreciendo un aspecto descuidado.

Los textos expositivos de todos los yacimientos, en cambio, presentan un planteamiento correcto. Todos los textos se disponen en atriles oblicuos a una altura adecuada. Los textos del yacimiento de Baelo Claudia se encuentran a una cota cerca del nivel de suelo, pero esta altura se contrarresta empleando un tamaño de tipografía superior que permite su correcta lectura sin dificultades.

1.2. Jerarquía gráfica (distinción gráfica entre niveles informativos e idiomas)

El 20% (2/10) de los museos y conjuntos arqueológicos visitados ofrecen en sus paneles gráficos una jerarquía gráfica compleja porque la diferenciación entre niveles informativos es confusa o poco evidente. El 50% (5/10) presenta escasa o nula diferenciación gráfica entre los distintos idiomas (ver fichas 01.2-02.2-03.2-05.2-06.2 apartado 1.2. Jerarquía gráfica).

Los niveles informativos deben ser fácilmente diferenciables para que el visitante pueda decidir hasta qué nivel desea leer. Si todos los textos parecen un mismo bloque de texto, es probable que al espectador le resulte excesivamente costoso y evite su lectura. Esta situación se ejemplifica en el espacio expositivo de Madinat al-Zahara. La profusión de niveles informativos, junto con la leve diferenciación gráfica entre ellos, hace difícil que el espectador pueda reconocer con claridad la estructura interna de los contenidos para poder seleccionar.

La diferenciación gráfica es aplicable a las traducciones de los textos. Se han localizado paneles gráficos que el texto traducido no presenta ninguna distinción, como por ejemplo el yacimiento de Carmona o el espacio expositivo de Itálica. También se anotan textos cuya escasa diferenciación no se aprecia hasta que se observa detenidamente, como es el uso de la cursiva en los textos del yacimiento de Madinat Al-Zahra o del espacio expositivo de Baelo Claudia. En ambas situaciones parece que los dos idiomas son un único bloque de texto el doble de largo.

Es preferible emplear otros sistemas más evidentes como el que presentan los espacios expositivos de Madinat al-Zahra y Carmona, con un tamaño de letra menor, longitud de línea menor y un color distinto.

Otra solución es la que ofrece el museo de Úbeda, donde han impreso unos folletos con los textos expositivos en diversos idiomas, permitiendo aligerar los textos en sala. Almería es un caso significativo, donde algunos paneles ejecutan perfectamente la diferenciación gráfica ofreciendo una tipografía menor, una longitud de línea menor y un color diferente para el texto en inglés, y en cambio, en otros textos, no se diferencia más que con una leve variación de color, en ocasiones escasamente apreciable.

1.3.Cantidad de texto (cantidad de palabras por texto según niveles informativos)

El 80% (8/10) de los museos y conjuntos arqueológicos estudiados poseen bloques de texto explicativo que superan las indicaciones de los expertos acerca de la extensión media más recomendable (ver fichas 01.2-02.2-03.2-04.2-05.2-06.2, apartado 1.3. Cantidad de texto).

Es preferible mantener la sencillez del mensaje, que los puntos importantes se desarrollen en pocas ideas y con un número no excesivo de palabras. En los textos de unidad temática se recomienda no superar las 150 palabras, sin embargo, algunos textos de los espacios expositivos y los yacimientos de Baelo Claudia, Madinat al-Zahra, Itálica, Úbeda y Almería se sobrepasan los límites indicados. Merecen especial atención los textos de Itálica y Úbeda, con textos que llegan a alcanzar entre 400 y 900 palabras en un único panel gráfico. Si la importancia de la materia requiere que se extiendan los textos, es preferible seguir el ejemplo del museo de Almería. En algunos textos vinculados a piezas se subdivide el texto en breves bloques de texto que pueden leerse de forma independiente. Los breves textos de unas 50 palabras no suponen un gran

esfuerzo para el lector y pueden ser leídos cuantos se desee, sin la necesidad de leer todo el conjunto de textos para comprender el sentido de la unidad expositiva.

1.4.Formato de texto (tipografía, tamaño e interlineado)

El 50% (5/10) de los museos y conjuntos arqueológicos analizados han sido diseñados con un formato de texto mejorable (ver fichas 01.2-03.2-04.2-06.2 apartado 1.4. Formato de texto).

La combinación equilibrada de los componentes tipográficos de un texto son los que lo hacen más o menos legible. Como ya se ha comentado con anterioridad, el análisis ha sido realizado a los textos principales que se encuentran en el exterior de las vitrinas. Tampoco ha sido posible contar con todos los datos técnicos sobre el formato de texto, por lo que se ha realizado un análisis manual. Este primer acercamiento sirve para puntualizar casos concretos que podrían mejorar al modificar su formato de texto. Cabe mencionar los textos de unidad temática de Úbeda que poseen un interlineado demasiado pequeño que hace que las líneas de texto estén demasiado unidas.

En otros centros como espacio expositivo de Itálica y los yacimientos de Madinat al-Zahra e Itálica, se emplean unas tipografías aparentemente pequeñas.

1.5.Maquetación del panel gráfico (longitud de línea, alineación del texto y detalles)

El 90% (9/10) de los museos y conjuntos arqueológicos repasados poseen bloques de texto que están considerablemente por encima o por debajo de las indicaciones de los expertos acerca de la cantidad de caracteres recomendados por línea. El 30% (3/10) de los textos además están justificados y presentan huecos irregulares entre las palabras (ver fichas 01.2-02.2-03.2-04.2-05.2-06.2, apartado 1.5. Maquetación del panel gráfico).

La longitud de línea es otro de los factores que afectan directamente a la lectura de los textos. El visitante probablemente no se percate de este detalle, pero está demostrado que su incorrecta extensión, tanto más corta como más larga, altera la visión de los renglones de texto.

Las longitudes de línea de algunos bloques de texto de los espacios expositivos y yacimientos de Baelo Claudia, Madinat al-Zahara, Carmona y Almería sobresalen de la horquilla planteada, pero son los paneles del museo de Úbeda y del yacimiento de Itálica los que es preciso resaltar. Ambos diseños optan por maquetar el texto

conjuntamente con las imágenes que lo ilustran. Es un buen sistema, pero es necesario que el ajuste no haga que las líneas del texto tengan que adaptarse a los espacios disponibles y esto produzca que estas sean excesivamente cortas o largas. El diseñador debe jugar con texto e imágenes respetando tanto que la imagen tenga un tamaño que puedan visualizarse correctamente y que el texto pueda mantener un tamaño y una longitud de línea apropiados.

Destacan las alineaciones justificadas del espacio expositivo de Carmona, el yacimiento de Itálica y Úbeda, donde aparecen huecos irregulares entre palabras. En estos casos sería preferible emplear una alineación a la izquierda similar a la empleada en los bloques de texto de los yacimientos de Madinat al-Zahra y Carmona y el espacio expositivo de Almería.

1.6. Visibilidad (iluminación, contraste e interferencias visuales)

El 10% (1/10) de los museos y conjuntos arqueológicos examinados presentan algún obstáculo visual que impide la correcta visibilidad de alguno de un texto. El 20% (2/10) de los espacios también poseen salas con un bajo nivel de iluminación o aparecen reflejos sobre la superficie del panel gráfico que dificulta la lectura de sus textos (ver fichas 01.2-02.2-04.2, apartado 1.6. Visibilidad).

En el conjunto arqueológico de Baelo Claudia se localiza una pieza que impide la correcta visualización de un texto explicativo ya que está dispuesta delante del panel gráfico. Convendría desplazar la pieza mínimamente para evitar esta interferencia.

En el museo de Almería, dos salas tienen un grado de iluminación muy bajo que dificulta la visualización de sus paneles gráficos. En una se proyecta un audiovisual y en la otra se presenta una escenografía artística, ambas requieren atenuar las luminarias para conseguir el efecto deseado, no obstante deberían aumentar ligeramente la iluminación puntual de sus paneles para impedir que no puedan ser leídos. El museo de Úbeda también tiene una baja luminosidad debido al defectuoso funcionamiento de algunas de las luminarias. Además, las superficies brillantes de sus superficies provocan brillos que interfieren en la lectura del texto.

Aunque el 100% de los espacios expositivos presentan un contraste óptimo o medio entre la tipografía y el fondo, cabe mencionar el ejemplo de los paneles del espacio expositivo de Carmona. El contraste es medio, porque el fondo sobre el cual se imprime

el texto está decorado con algunos motivos que restan contraste a la composición y producen ruido. Si el diseño así lo requiere es preferible seguir el ejemplo de Almería, que cuando introduce texto sobre algún fondo gráfico, se intercala una capa semi-translúcida más oscura detrás del texto que aumenta el contraste y disminuye el ruido.

1.7. Accesibilidad (silla de ruedas e invidencia)

El 90% (9/10) de los museos y conjuntos arqueológicos revisados presentan dificultades en la accesibilidad a sus textos, bien sea por falta de espacio, por imposibilidad de acceso, por carencia de textos en Braille o audioguías, etc. (ver fichas 01.2-02.2-03.2-04.2-05.2-06.2, apartado 1.7. Accesibilidad)

Algunos museos actuales aún no están perfectamente acondicionados para visitas con movilidad reducida que precisen el empleo de sillas de ruedas o alternativas para personas invidentes o con una visibilidad reducida. El museo de Úbeda, por ejemplo, al estar ubicado en un edificio histórico, es inviable incorporar ascensores para posibilitar el acceso a la planta superior a personas en silla de ruedas. El espacio expositivo de Carmona, también presenta en algunos puntos de su recorrido interno dificultades de acceso.

Es necesario incidir en la labor que en este sentido está ejerciendo la incorporación de museos a edificios de nueva planta, como los conjuntos arqueológicos de Madinat al-Zahra y Baelo Claudia y el museo de Almería, que cuidan la adaptación de estos espacios públicos para cubrir las necesidades de personas en sillas de rueda.

En cuanto a los yacimientos arqueológicos cabe destacar, por la naturaleza irregular de los itinerarios, la carencia de accesos habilitados para sillas de ruedas.

Madinat al-Zahra es el único espacio expositivo que ofrece la traducción de los textos de sus salas en Braille. En Carmona, gracias a la iniciativa desarrollada por el Ayuntamiento, es el único espacio que cuenta con audioguías que les facilita la comprensión y la interpretación de los contenidos. Baelo Claudia, Itálica y Madinat al-Zahra están trabajando para que sus visitantes puedan disfrutar de un sistema de audioguías próximamente.

1.8. Estado de conservación (deterioro, suciedad)

El 50% (5/10) de los museos y conjuntos arqueológicos analizados poseen algún panel gráfico que se encuentra sucio o deteriorado que interfiere en la atención del visitante o resulta incluso dificultoso leer (ver fichas 01.2-02.2-05.2-06.2, apartado 1.8. Estado de conservación).

El mantenimiento de los paneles gráficos es otra de las labores que no deben nunca olvidarse para que el visitante pueda acercarse a los contenidos de la exposición.

Paneles con suciedad agravada como en el yacimiento de Itálica, con pérdidas de impresión, como los del espacio expositivo de Baelo Claudia y deterioro en el soporte sobre el cual se imprime el texto, como los de los yacimientos de Baelo Claudia y Carmona y el museo de Almería, deben ser limpiados o repuestos lo antes posible para permitir su correcta lectura.

2.FACTORES COGNITIVOS

2.1.Jerarquía de información (niveles de información)

El 60% (6/10) de los museos y conjuntos analizados jerarquizan la información en algunos de sus textos con el empleo de título, subtítulo y texto explicativo, y el 30% (3/10) presentan irregularidades en su planteamiento. El 40% (4/10) de los espacios restantes jerarquizan su información con el empleo de títulos, y el 20% (2/10) presentan también irregularidades (ver fichas 01.2-02.2-03.2-04.2-05.2-06.2, apartado 2.1. Jerarquía de la información).

Aunque se recomienda mantener tres niveles básicos para jerarquizar la información de cada texto: títulos, subtítulos y textos explicativos, sólo en el yacimiento de Madinat al-Zahra y en los espacios expositivos de Carmona e Itálica se emplean con regularidad. Sin embargo, el exceso de palabras de los subtítulos de Itálica hace disminuir su efectividad. Los subtítulos de Carmona y el yacimiento arqueológico de Madinat al-Zahra, por contra, presentan la longitud y la información adecuada que facilitan el acercamiento rápido a los contenidos del texto.

Cabe resaltar, teniendo en cuenta los niveles informativos empleados, que únicamente el espacio expositivo de Itálica cuenta con un título para su exposición.

2.2.Legibilidad (promedio de sílabas por palabras y palabras por oración según la Escala INFLESZ)

El 60% (6/10) de los museos y conjuntos arqueológicos revisados transmite sus contenidos con algunos textos de algo difícil o muy difícil legibilidad (ver fichas 01.2-02.2-03.2-04.2--06.2, apartado 2.2. Legibilidad)

Como ya se ha comentado, el test INFLESZ no es un método irrefutable, pero es un buen indicador de la legibilidad de los textos. Es recomendable revisar y modificar los textos que presentan problemas de legibilidad para hacerlos accesibles a todos los públicos. Aún así, todo espacio expositivo debería realizar evaluaciones de público sobre sus textos para comprobar si entienden el mensaje fácilmente y, en caso contrario, deberían ser sustituidos.

2.3.Léxico empleado (tecnicismos y nivel del vocabulario)

El 60% (6/10) de los museos y conjuntos arqueológicos trabajados emplean tecnicismos, localizaciones o conocimientos históricos que el visitante no necesariamente posee y no se explican con claridad (ver fichas 01.2-02.2-03.2-04.2-06.2, apartado 2.3. Léxico empleado).

El vocabulario es una de las claves fundamentales del proceso comunicativo. Si los conceptos se transmiten con palabras que el receptor no conoce, la comunicación no se lleva a cabo correctamente. Esta situación puede ocurrir al leer algunos de los textos de los espacios expositivos de Baelo Claudia, Madinat al-Zahra, Itálica, Úbeda y Almería.

Un sistema muy eficaz que permite explicar los tecnicismos sin la necesidad de describirlos constantemente, es el que se utiliza en los textos vinculados a las piezas del museo de Almería, acompañando las explicaciones por ilustraciones que contextualizan y dan sentido a los tecnicismos empleados sin la necesidad de tener que explicarlos continuamente.

2.4.Técnicas de estimulación lectora (voz natural, expresión en positivo, familiaridad con la materia, contextualización social, empleo de preguntas, observación guiada, citas, humor y final impactante)

El 40% (4/10) de los museos y conjuntos arqueológicos trabajados no hacen especial uso de las técnicas de estimulación lectora que recomiendan los expertos para acercar y

hacer atractivos los contenidos al visitante (ver fichas 02.2-04.2-06.2, apartado 2.4. Técnicas de estimulación lectora).

Varios expertos recomiendan emplear estas técnicas para conseguir conectar con el lector y así animarlo a continuar profundizando en los contenidos de la exposición. Resulta mucho más curioso para un visitante descubrir cómo vivían y qué hacían las gentes que habitaron en ese lugar y situaciones como las que se describen en los textos del yacimiento de Madinat al-Zahra son un buen ejemplo que ayudan a hacer volar la imaginación del lector.

En el yacimiento de Baelo Claudia se emplea la observación guiada mediante un sistema de colores, que resulta muy práctico para identificar las distintas partes del edificio ya desaparecido. La contextualización social de los contenidos que se emplean en Madinat al-Zahra, Carmona y Almería permite que en todo momento las piezas estén vinculadas con los hombres que las crearon y les dieron uso. Igualmente, uno de los paneles de Itálica suponen una buena muestra, ya que acercan los datos históricos a los que conocemos en la actualidad (cambio de moneda romana a euro), sin embargo, el resto del yacimiento no hace uso de estas técnicas tan efectivas.

Esta misma situación se repite en el museo de Úbeda. Los textos vinculados a las piezas si contextualizan socialmente los textos, y además, se apoyan con imágenes e incluso pequeñas escenografías que ayudan al lector a acercarse a los contenidos. En cambio, los textos de unidad temática del museo resultan menos interpretativos y además excesivamente extensos.

2.5.Relación con lo expuesto (vinculación entre pieza y texto: contenido y distancia)

El 90% (9/10) de los museos y conjuntos arqueológicos seleccionados emplean ilustraciones junto a sus textos para facilitar la comprensión de los contenidos. El 10% (1/10) de los centros culturales no ofrecen una relación clara o evidente entre los textos explicativos y las piezas expuestas en la exhibición. El 30% (3/10) de los espacios carecen de textos explicativos e identificativos de algunos restos arqueológicos (ver fichas 02.2-05.2-06.2, apartado 2.5. Relación con lo expuesto).

Acompañar los textos de ilustraciones es un recurso muy eficaz empleado en los museos de Almería y Úbeda y el espacio expositivo de Madinat al-Zahra para vincular los objetos con los contenidos. En el museo de Úbeda además proporciona pequeñas

escenografías e ilustraciones que facilitan más aún la comprensión de los contenidos. Igualmente, el espacio expositivo de Itálica y el museo de Almería, ayudan a la contextualización cronológica del lector, al incorporar en sus paneles de unidad temática una línea del tiempo.

Presuponer que el visitante posea determinados conocimientos es un error que debe ser evitado. Esta situación se encuentra en algunas de las vitrinas del espacio expositivo de Baelo Claudia. En ellas se exponen algunas piezas que, si el visitante no es experto en la materia, no guardan relación aparente con el tema.

Los textos vinculados a las piezas como los empleados en Úbeda, Madinat al-Zahara y Almería hacen de puente entre el contenido de la unidad temática y las piezas expuestas, proporcionándoles el significado y sentido que tienen dentro de esa exposición.

Los paneles gráficos de todos los yacimientos arqueológicos destacan por su correcta colocación frente al yacimiento. En todo momento el visitante puede leerse el texto al mismo tiempo que observa el yacimiento, e incluso, hacen uso de ilustraciones que ayudan a vincular ambos elementos. Sin embargo, los yacimientos de Itálica y Carmona, carecen de textos explicativo *in situ* de muchos de los edificios aún conservados, como por ejemplo el Anfiteatro de Itálica. En el espacio expositivo de Carmona también nos encontramos con piezas expuestas sin identificación o con alguna excesivamente escueta.

2.6. Guía de estilo (homogeneidad de criterios ideomáticos)

El 40% (4/10) de los museos y conjuntos arqueológicos seleccionados no siguen estrictamente el mismo criterio de estilo en todos los textos de la exposición (ver fichas 02.2-05.2-06.2, apartado 2.6. Guía de estilo).

La homogeneidad en los textos es uno de los matices más evidentes que demuestran si un texto ha sido trabajado con detenimiento y atención. La palabra escrita es una herramienta comunicativa y hay que emplearla con sumo cuidado para que el receptor pueda siempre entenderla. En los espacios expositivos de Baelo Claudia, Carmona e Itálica y el yacimiento de Itálica se han detectado algunos criterios desajustados que deberían ser corregidos.

Si se emplea cursiva para marcar un tecnicismo o palabra latina por ejemplo, esto ayuda al visitante a reconocerla fácilmente. En cambio si se emplean intermitentemente a lo largo de los textos pueden confundir al lector. Las fechas es otro elemento a tener en cuenta. Ya es difícil para el lector ubicarse temporalmente, pero más aún si las fechas aparecen escritas con diversas nomenclatura.

3.ANEXO

3.1.Otros medios de comunicación

Todos los museos y conjuntos arqueológicos visitados ofrecen otros medios de comunicación que son susceptibles de ser analizados con detenimiento.

Es posible resumir de la siguiente manera:

- El 90% (9/10) acompaña los textos con elementos gráficos para facilitar la comprensión de los contenidos.
- El 60% (6/10) presentan audiovisuales que aportan más detalles e ilustran el tema expuesto.
- El 30% (3/10) ofrecen interactivos táctiles para facilitar más información sobre temas relacionados.
- El 30% (3/10) disponen de maquetas que facilita la localización geográfica del emplazamiento arqueológico.
- El 30% (3/10) contienen reproducciones realistas o artísticas que facilita la recreación visual y la comprensión de los contenidos.
- El 40% (4/10) posee una guía oficial.
- El 100% tienen un folleto informativo entregado a la entrada y una página web en Internet.

4.VALORACIÓN

Como demuestran las conclusiones del análisis realizado, estos museos ya cumplen con varios de los factores para lograr la máxima efectividad comunicativa e interpretativa. Sin embargo, se han localizado incoherencias e incorrecciones que desmejoran los conjuntos. En todos estos espacios expositivos los textos pueden ser perfeccionados en cuestiones básicas, como el interlineado, la extensión de los textos, la maquetación o la jerarquía de la información, entre otros. Así como la aplicación de diversos métodos que los convierta en textos más interpretativos y estimulantes para el lector. En definitiva, los textos podrían ser perfeccionados para convertir estas instituciones culturales en lugares más atractivos y participativos que fomenten tanto aprendizaje como el disfrute, y que permitan la puesta en valor de la excelente herencia cultural salvaguardada.

Los museos e instituciones culturales idealmente deberían ser organismos que actualicen constantemente sus criterios y que estén abiertos a novedosos estudios, donde tanto textos, como el resto de soportes comunicativos, como audiovisuales, interactivos, manipulativos, etc., estén en constante evolución para adaptarse a las últimas averiguaciones tanto tecnológicas como teóricas para conseguir comunicar eficientemente los contenidos que albergan sus colecciones. Cada uno de los centros culturales, ya sean públicos como privados, deberían contar con asesores expertos en la elaboración de textos expositivos para llevar a cabo sus redacciones. Con la ayuda de un especialista los contenidos científicos se transformarían en singulares y amenas historias perfectamente organizadas, jerarquizadas y diseñadas gráficamente. Ya que son invertidos cuantiosos presupuestos en la ejecución de proyectos culturales, no debe olvidarse que el texto es el último eslabón de la cadena de trabajo que enlaza directamente con el espectador para el cual está dedicado ese espacio. Unos textos bien ejecutados son la única fórmula para garantizar la eficaz comunicación. Unos textos mal desarrollados pueden en cambio destruir la globalidad del proyecto inicial.

Como la situación y la configuración de los museos actuales no lo permite, se recomienda como opción provisional realizar una revisión de todos los elementos textuales y ajustarlos a las pautas indicadas, siempre con cierta flexibilidad para adaptarse a las necesidades y posibilidades de cada uno de los casos. Este estudio, por tanto, es una práctica herramienta que facilita la revisión y la búsqueda de soluciones

alternativas. Igualmente, servirá para futuras ejecuciones, con la cual los responsables podrán guiarse a la hora de redactar sus textos expositivos.

Para producciones venideras se necesita un empuje del precursor del espacio expositivo, ya sea desde las administraciones públicas como de clientes privados, para finalmente concederle la importancia que estos textos poseen como instrumento comunicativo. De igual modo que en los pliegos de condiciones técnicas de un museo se especifican, entre otros, las condiciones de conservación preventiva para poder exhibir las piezas en condiciones óptimas, las calidades exactas de ejecución de mobiliario, etc., en ese mismo pliego deberían detallarse unas condiciones específicas en materia textual expositiva. Hay que considerar que mejorar no necesariamente supone una mayor inversión presupuestaria, sino una mayor dedicación de tiempo y cuidado a la elaboración en este caso de los textos expositivos.

Dada a la amplitud de la temática del museo como medio de comunicación, el presente estudio de los textos expositivos como parte de este proceso comunicativo constituye un preámbulo que pretendo ampliar con una tesis doctoral destinada a documentar con detenimiento y de forma más global la comunicación de los contenidos en una exposición con el fin de desarrollar un manual con el propósito de acercar los museos a los visitantes a través de unos textos más accesibles, atractivos y comunicativos.

5.BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES EMPLEADAS

A continuación presento la relación bibliográfica sobre la cual ha sido posible realizar este trabajo. La mayoría de estas publicaciones han sido seleccionadas y consultadas por la trascendencia que han alcanzado en el campo de la elaboración de textos expositivos desde las disciplinas de la psicología, el diseño y las ciencias de la educación. Junto con estas obras proveo otras publicaciones significativas relacionadas con la materia por sus repetidas citas por los autores trabajados, aunque algunas no han podido ser consultadas directamente:

- AA.VV.: *Libro de estilo El País*. 2003.
- ADAMS, R.: *Standards manual for signs and labels*. Washington, 1995.
- ALT, M.B, y GRIGGS, S.: *Evaluating the Mankind Discovering Gallery. Four studies*. Toronto, 1989 (citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 145).
- ALT, M.B., y SHAW, K.M.: “Characteristic of ideal museum exhibits”, en *British Journal of Psychology*, N° 75, 1984.
- ALTER, P., y ALTER, R.: “Exhibit evaluation: taking account of human factors”, en *Curator*, 31, 3, 1988.
- ASENSIO, M.: “Estudios de público en España”. *Seminario Internacional Museum Visitors Studies*, Mérida, 1996.
- AUSTRALIAN MUSEUM: “Writing text and labels: a review of the literature”, <http://australianmuseum.net.au/Writing-Text-and-Labels>. Consultado el 20/03/2012.
- BARCIA, P.L.: “La lengua en los medios orales de comunicación”, [www.rae.es/rae/gestores/gespub00001.nsf/\(voAnexos\)/arch18BD3C5B18873406C12571850038275B/\\$FILE/Barcia.htm](http://www.rae.es/rae/gestores/gespub00001.nsf/(voAnexos)/arch18BD3C5B18873406C12571850038275B/$FILE/Barcia.htm). Consultado el 14/04/2012.
- BAYER, H.: “Aspects of design of exhibitions and museums”, en *Curator*, N° 4, 1961.
- BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997.
- BELCHER, M.: *Exhibitions in Museums*. London, 1991 (citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 182).

- BICKNELL, S., y MANN, P.: *A picture of visitors for exhibition developers*. London, 1993 (citado en “Access in Mind”, en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 4).
- BITGOOD, S.: “An attention-value model of museum visitors”, en *Visitors Studies*, 2010.
- BITGOOD, S.: “An analysis of visitors circulation: movement patterns and general value principle”, en *Curator*, 49(4), 2006.
- BITGOOD, S.: “Environmental psychology in museums, zoos, and other exhibition centers”, en *Handbook of Environmental Psychology*, 2002.
- BITGOOD, S.: “The role of attention in designing effective interpretative labels”, en *Journal of Interpretation Research*, vol. 5, Nº 2, 2000.
- BITGOOD, S.: “Practical guidelines for developing interpretive labels”, en *Visitor Behavior*, 11(4) 4-7, 1996.
- BITGOOD, S.: “The Anatomy of an Exhibit”, en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 4, 1992.
- BITGOOD, S.: “Visitor orientation and circulation: some general principles”, en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 3, 1992.
- BITGOOD, S.: “The ABCs of label design”, en *Visitor studies: Theory, research and practice*, vol. 3, 1990.
- BITGOOD, S.: “Problems in visitor orientation and circulation”, en *Visitors studies: Theory, research and practice*, vol. 1, 1988.
- BITGOOD, S.: *Knowing when exhibit label work: standardized guide for evaluating and improving labels*. Technical Report, Nº 87-90, 1987.
- BITGOOD, S., y BISHOP, S.: “The role of a current visit, prior visit, and gender on visitor perception of a Natural History Museum”, en *ILVS Review*, 1991.
- BITGOOD, S. y DUKES, S.: “Not another step! Economy of movements and pedestrian choice point behavior in shopping malls”, en *Environment and Behavior*, 38(3), 2005.
- BITGOOD, S., y PATTERSON, D.: “The effects of gallery changes on visitor behavior”, en *Environment and Behavior*, 1993 (citado en BITGOOD, S.: “The Anatomy of An Exhibit”, en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 4, 1992, p. 7).
- BITGOOD, S. et al.: “Interest and effort of reading: A test of the general value principle”, en *Current Trends in Audience Research*, vol. 19/20, 2007.

- BITGOOD, S. et al.: “Interest and effort of reading: A test of the general value principle”, en *Current Trends in Audience Research*, vol. 19, 2006.
- BITGOOD, S. et al.: “The importance of label placement: a neglected factor in exhibit design”, en *Current Trends in Audience Research*, vol. 4, 1989.
- BITGOOD, S. et al.: *Effects of labels characteristics on visitors behavior*. Technical Report, N° 86-55, 1986.
- BLAIS, A.: *Text in the exhibition medium*. Québec, 1995.
- BLUNDEN, J.: “Dumbing down for museum audiences – necessity or myth?”, en *The Fine Print*, N° 3, 2006.
- BORREL PASTOR, C.: *Los textos en el museo. Análisis de la cartelería de los museos alicantinos*. Alicante, 2008.
- BORUN, M. y MILLER, M: “To label or not to label?”, en *Museum News*, N° 58(4), 1980 (citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 185).
- BUCY, D.: “Resumen de investigación: aplicación de la Teoría de la Comunicación al diseño, localización y evaluación de señales interpretativas”, en *Boletín de Interpretación*, N° 24, 2011.
- BURT, C.: *Psychological Study of Typography*. Cambridge, 1959 (citado en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 196).
- CAMERON, D.: “A viewpoint: The museum as a communications system and implications for museums education”, en *Curator*, N° 11, 1968 (citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 66).
- CANTALEJO BARRIO, I.M.: *Legibilidad y salud*. Tesis doctoral, Madrid, 2007.
- CARMEL, J.H.: *Exhibitions techniques: traveling and temporary*. New York, 1962 (citado en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 197).
- COXAL, H.: “Museum text: accessibility and relevance”, en *Journal Education in Museum*, 12, 1992 (citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 187).

- COXAL, H.: “How language means: an alternative view of museum texts”, en *Museums Languages: Objects and Texts*. London, 1991 (citado en HOOPER-GREENHILL, Eilean: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 169).
- DESJARDINS, J., y JACOBI, D.: “Les étiquettes dans les musée et les expositions scientifiques et techniques”, en *Publics et Musées*, 1992.
- DEVENISH, D.C.: *Museum display labels: the philosophy and practice of preparing written labels and illustrations for use in museum displays*. 1997.
- EKARV, M.: “Combating redundancy-writing texts for exhibitions”, en *Exhibitions in Sweden*, 27/8, 1986/1987 (citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 171).
- ESPINOSA RUIZ, A.: “La accesibilidad física e intelectual de todo tipo de público al patrimonio cultural (I)”, en *Boletín de Interpretación*, Nº 6, 2002.
- ESPINOSA RUIZ, A.: “La accesibilidad física e intelectual de todo tipo de público al patrimonio cultural (II)”, en *Boletín de Interpretación*, Nº 7, 2002.
- FERGUSON, L. et al.: *Meanings and messages: language guidelines for museum exhibitions*. Sydney, 1995.
- FERNANDEZ BALBOA, C.: “Los museos, museos son”, en *Boletín de Interpretación*, Nº 11, 2004.
- FERNÁNDEZ BALBOA, C. y NAVAJAS CORRAL, O.: “Interpretación del Patrimonio + Nueva Museología = Participación”, en *Boletín de Interpretación*, Nº 20, 2009.
- FISMAN, D.: “Textos amigables en museos y escuelas: criterios compartidos”, <http://es.scribd.com/doc/32381885/Dina-Fisman-Textos-Amigables-en-Museos-y-Escuelas>. Consultado el 28/11/2011.
- FUNDACIÓN DEL ESPAÑOL URGENTE: *Manual del español urgente (decimoctava edición corregida y aumentada del Manual de estilo de la Agencia EFE)*. Madrid, 2008.
- GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999.
- GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición, un medio de comunicación*. Tesis doctoral, Madrid, 1994 (citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 183).
- GARCÍA BLANCO, A.: *Didáctica del museo: el descubrimiento de los objetos*. Madrid, 1988.

- GARCÍA BLANCO, A. et al.: *Función pedagógica de los museos*. Madrid, 1980.
- GÓMEZ, L.: “El diseñador invisible. El diseño gráfico en la sala de exposiciones”, en *MUS-A*, Nº 12, 2010.
- HALL, M. (1988) citado en BITGOOD, S.: “The Anatomy of An Exhibit”, en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 4, 1992.
- HALL, M: *On display. A design grammar of museum exhibitions*. Londres, 1987 (citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 142).
- HAM, S.H.: *Interpretación ambiental. Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños*. Colorado, 1992.
- HEIN, G.E.: *Learning in the museum*. London, 1998.
- HOOPER-GREENHILL, E.: *Museums and the interpretation of visual culture*. Rutledge, 2002.
- HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998.
- HOOPER-GREENHILL, E.: *Improving museum learning*. Nottingham, 1996.
- HOOPER-GREENHILL, E.: *Museum, media and message*. London, 1995.
- JACOBI, D.: “Les formes du savoir dans les panneaux des expositions scientifiques”, en Schiele, B., *Faire voir. Faire savoir. La muséologie scientifique au présent*. Québec, musée de la civilisation, 1989 (citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición, un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 152).
- JARDÍ, E.: *Veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras. Veintidós consejos sobre tipografía*. 2007.
- JOHNSON, D., “Practical guidelines for developing interpretive labels”, en *Visitor Behavior*, vol. XI, Nº 4, 1996.
- KENTLE, E. y NEGUS, D.: *Writing on the Wall: a guide for presenting exhibition text*. London, 1989.
- KOOL, R.: “The effect of label design on exhibit effectiveness”, en *Muse*, Summer, 1985 (citado en BITGOOD, S.: “The Anatomy of An Exhibit”, en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 4, 1992, p. 7).
- LEGIBILIDAD.COM.: “Legibilidad”, www.legibilidad.com. Consultado el 22/02/2012.

- LITWAK, J.M.: "Using questions as titles on museum exhibit labels to direct visitor attention and increase learning", en *Visitor Behavior*, vol. XI, Nº 2, 1996.
- LOOMIS, R.: *Four evaluation suggestions to improve the effectiveness of museum labels*. Austin, 1983 (citado en SCREVEN, C.G.: "Motivating visitors to read labels", en *ILVS Review*, vol. 2, Nº 2, 1992).
- LORD, B. y LORD, G.D.: *The manual of museum exhibitions*. 2002.
- LOSADA, R. et al.: "La influencia de la colocación de elementos informativos de una exposición sobre la atención de los mismos", en *Boletín ANABAD*, 43, 3-4, pp.199-208.
- LUMLET, R.: *The Museum Time Machine*. London, 1988 (citado en HOOPER-GREENHILL, E.: *Los museos y sus visitantes*. Gijón, 1998, p. 57).
- MARQUART, L.: "Writing in space", en *Text in the Exhibition Medium*. Quebec, 1995.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, J.: *Manual de estilo de la lengua española (MELE3)*. 2007.
- MCMANUS, P.M.: *Archaeological displays and the public. Museology and Interpretation*. London, 2000.
- MCMANUS, P.M.: "Making sense of exhibits", en *Museum Languages: Objects and Texts*. Leicester, 1991.
- MCMANUS, P.M.: "Watch your language! People do read labels", en *ILVS Review*, 1, 2, 1990 (citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 185).
- MCMANUS, P.M.: "Oh yes, they do: how museum visitors read labels and interact with exhibit texts", en *Curator*, vol. 32, Nº 3, 1989.
- MCMANUS, P.M.: *Communicating with and between visitors to a science museum*. Tesis doctoral, Londres, 1987 (citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 185).
- MELTON, A.W.: *Problems of installation in museums of Art. New series Nº 14*. Washington, 1935 (citado en BITGOOD, S.: "Visitor orientation and circulation: some general principles", en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 3, 1992, p. 15 y PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 179).
- MILES, R.S., y TOUT, A.F.: "Exhibitions and the public understanding of science", en *Museums and the public understanding of science*. Londres, 1992

- (citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 179).
- MILES, R.S. et al.: *The design of educational exhibits*, 2ª ed. Londres, 1988 (citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 183).
 - MILLER, B. et al.: *What's in a Name? A study of the effectiveness of explanatory labels in a science museum*. Washington, 1980.
 - MILLER, S.: "Labels", en *Curator*, 33, 2, 1990.
 - MINISTERIO DE EDUCACIÓN: "Los manuales de estilo", www.recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque5/pag8.html. Consultado el 14/04/2012.
 - MORALES MIRANDA, J.: *Guía práctica para la interpretación del patrimonio: el arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*. Sevilla, 2001.
 - MORALES MIRANDA, J. y HAM, S.H.: "¿A qué interpretación nos referimos?", en *Boletín de Interpretación*, Nº 19, 2008.
 - MORALES MIRANDA, J.: "Bases para la capacitación en interpretación del patrimonio", en *Boletín de Interpretación*, Nº 12, 2005.
 - MUSEUM OF NEW ZEALAND TE PAPA TONGAREWA: "Writing Effective Interpretive Text", en *He Rauemi resource guides*, 2006.
 - MUSEUM ASSOCIATION et al.: *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999.
 - NAVAJAS CORRAL, O.: "Interpretar el Museo", en *Boletín de Interpretación*, Nº 17, 2007.
 - NEAL, A.: *Labels: Exhibits for small museums*. Nashville, 1976 (citado en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 197).
 - ORGANIZACIÓN NACIONAL DE CIEGOS DE ESPAÑA: "Dossier de Prensa: Investigación, desarrollo y tecnología: claves en la mejora de la calidad de vida de ciegos y deficientes visuales", www.once.es/otros/premios/imasd/docs/dprensa.doc. Consultado el 18/04/2012.
 - PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000.

- PÉREZ SANTOS, E.: Algunos resultados sobre la evaluación de la exposición “Historia de la Tierra y de la Vida”, informe interno no publicado N° 2, Consejo Superior de Investigaciones Científicas: Museo Nacional de Ciencias Naturales, 1990 (citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 181).
- PUNT, B.: *Doing it right: a workbook for improving labels*. New York, 1989 (citado en JOHNSON, D., “Practical guidelines for developing interpretive labels”, en *Visitor Behavior*, vol. XI, N° 4, 1996, p. 7).
- RAND, J.: “Building your ideas”, en *Museum Visitor Studies in the 90s*. 1993.
- RAND, J.: *Fish stories that hook readers: Interpretive graphics at the Monterey Bay Aquarium*. Technical Report, 1985.
- RAYNER, A.: *Access in mind: towards the inclusive museum*. Edinburgh, 1998 (citado en “Access in Mind”, en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, N° 8, 1999, p. 5).
- RICHAUDEU, F. (1981) citado en GARCÍA BLANCO, A.: *La exposición, un medio de comunicación*. Madrid, 1999, p. 154.
- RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI, M.: “Taller de Redacción de Textos Expositivos”. Asociación Española de Museólogos, IAPH. Sevilla, 2011.
- RUDER, E.: *Manual de diseño tipográfico*. México, 1992.
- SÁNCHEZ MIGUEL, E.: *Los textos expositivos*. Madrid, 1993.
- SCREVEN, C.G.: “Motivating visitors to read labels”, en *ILVS Review*, vol. 2, N° 2, 1992.
- SCREVEN, C.G.: “Uses of evaluation before, during and after exhibit design”, en *ILVS Review*, 1, 2, 1990 (citado en PÉREZ SANTOS, E.: *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón, 2000, p. 185).
- SCREVEN, C.G.: “Exhibitions and information centers: some principles and approaches”, en *Curator*, 29(2), 1986.
- SCREVEN, C.G. et al.: “Behavior and learning in a zoo environment under different signage conditions”, en *Visitors studies: Theory, research, and practice*, vol.5, 1993.
- SERRELL, B.: “Paying more attention to paying attention”, 2010, <http://caise.insci.org/news/96/51/Paying-More-Attention-to-Paying-Attention/dresources-page-item-detail>. Consultado el 04/04/2012.

- SERRELL, B.: *Judging Exhibitions: A Framework for Assessing Excellence*. 2006.
- SERRELL, B.: *Paying attention: visitors and museum exhibitions*. Washington, 1998.
- SERRELL, B.: *Exhibit labels: an interpretive approach*. Lahnham, 1996.
- SERRELL, Beverly: *Making exhibits labels: a step-by-step guide*. Nashville, 1985.
- SMITH (1991) citado en BITGOOD, S.: “The Anatomy of An Exhibit”, en *Visitor Behavior*, vol. VII, Nº 4, 1992, p. 7.
- SPENCER, H.: *The visible world*. London, 1968 (citado en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 198).
- SPENCER, H. y REYNOLDS, L.: *Directional signing and labelling in libraries and museums: a review of current theory and practice*. London, 1977 (citado en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 198).
- THOMPSON, D., y BITGOOD, S.: “The effects of sign length, letter size, and proximity on reading”, en *Visitor studies: Theory, research, and practice*, 1988.
- TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Pamplona, 2006.
- UNIVERSIDAD DE ALICANTE: “Accesibilidad Web”, <http://accesibilidadweb.dlsi.ua.es/?menu=hr-legibilidad>. Consultado el 20/02/2012.
- VELARDE, G.: “Comments from leading consultants...” en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8. 1999, p. 8.
- VEVERKA, J.: *Interpretative Master Planning*, 1994 (citado en “Access in Mind”, en *Design a label: guidelines on labelling for museums*, Nº 8, 1999, p. 4.
- VIGARA, A.: *Libro de estilo de ABC*. Barcelona, 2001.
- WEINER, G.: *Why Johnny can't read labels*, en *Curator*, 1/2, 1963 (citado en BITGOOD, S. et al.: *Effects of labels characteristics on visitors behavior*. Technical Report, Nº 86-55, 1986, p. 1 (citado en BELCHER, M.: *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, 1997, p. 197).
- WILSON, N., y MEDINA, D.: *Exhibit labels: a consideration of content*. Technical Leaflet, 60, 1972.

- YENAWINE, P.: “Cómo escribir para los visitantes adultos de los museos”, en *Visual Understanding in Education*, 1997.